

**PENGARUH PROMOSI DAN JARINGAN KANTOR
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH
BAGI MASYARAKAT KELURAHAN JATIMULYA
KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Perbankan Syariah**



Oleh :

MUHAMMAD KAHFI

NIM 1505036092

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Dr. H. Nur Fatoni, M. Ag.

NIP. 197308112000031004

Gondang RT 02 RW 04 Cepiring

Heny Yuningrum, S.E., M.Si.

NIP. 198106092007102005

Tanjung Sari RT 07 RW 05 Tambak Aji Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Muhammad Kahfi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, dengan ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Kahfi

NIM : 1505036092

Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : "PENGARUH PROMOSI DAN JARINGAN KANTOR
TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK
SYARIAH BAGI MASYARAKAT KELURAHAN
JATIMULYA KABUPATEN BEKASI"

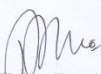
Dengan ini telah kami setuju dan kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Waasalamu'alaikum Wr. Wb

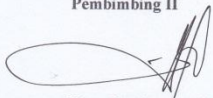
Pembimbing I

Semarang, 29 September 2019

Pembimbing II


Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.

NIP. 197308112000031004


Heny Yuningrum, S.E., M.Si.

NIP. 198106092007102005



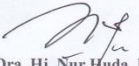
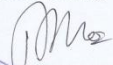
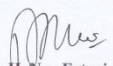
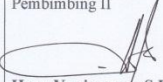
KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Hamka Km.02 Semarang Telp/Fax. (024)7 601291

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Muhammad Kahfi
NIM : 1505036092
Judul : "PENGARUH PROMOSI DAN JARINGAN
KANTOR TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
DI BANK SYARIAH BAGI MASYARAKAT
KELURAHAN JATIMULYA KABUPATEN
BEKASI"

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal : 15 Oktober 2019 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 15 Oktober 2019

Ketua Sidang  Dra. H. Nur Huda, M.Ag. NIP. 196908301994032003	Sekretaris Sidang  Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. NIP. 197308112000031004
Penguji I  Muchammad Fauzi, S.E., M.M. NIP. 197302172006041001	Penguji II  Dr. Muhlis, M.Si. NIP. 196101171988031002
Pembimbing I  Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. NIP. 197308112000031004	Pembimbing II  Heny Yuningrum, S.E., M.Si. NIP. 198106092007102005

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَادٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.

Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisaa’: 29)

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya ini untuk:

Kedua orang tua tercinta, ayahanda H. Saman dan Ibunda Hj. Aliyah yang telah mendidik, membesarkan, mengarahkan serta tulus mendoakan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dan tidak pernah berhenti memberikan dukungan kepada penulis, serta keluarga besar tercinta yang selalu mendukung.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan oleh penulis.

Semarang, 28 September 2019

Deklarator,



Muhammad Kahfi

NIM. 1505036092

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء= ‘	ز= z	ق= q
ب= b	س= s	ك= k
ت= t	ش= sy	ل= l
ث= ts	ص= sh	م= m
ج= j	ض= dl	ن= n
ح= h	ط= th	و= w
خ= kh	ظ= zh	ه= h
د= d	ع= ‘	ي= y
ذ= dz	غ= gh	
ر= r	ف= f	

B. Vokal

اَ = a

إِ = i

أُ = u

C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوَّ = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبَّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang

Kata sandang (ال ...) ditulis dengan al- ... misalnya الصَّنْعَة = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbuthah (ة)

Setiap ta' marbuthah ditulis dengan "h" misalnya المعيشة *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Berdasarkan hasil survei literasi yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016 menunjukkan bahwa tingkat literasi (pemahaman) dan tingkat inklusi (pemanfaatan) masyarakat tentang produk dan jasa keuangan syariah masih rendah. Hal tersebut ditunjukkan dengan indeks literasi keuangan syariah baru mencapai sebesar 8,11% dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,06%. Sementara indeks literasi keuangan konvensional mencapai 29,66% dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,82%. Saat ini *market share* bank syariah di Indonesia masih terbilang rendah, sekitar 5,70% kurang dari 10% total asset bank secara nasional. Fenomena tentang rendahnya minat menabung tersebut di bank syariah merupakan salah satu pokok permasalahan yang harus dipecahkan. Pasalnya jumlah nasabah bank syariah saat ini masih dibawah 10 juta orang, sehingga potensi peningkatan nasabah perbankan syariah masihlah sangat besar mengingat jumlah penduduk usia produktif Indonesia terus bertambah. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 100 responden yaitu masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi. Data diambil dengan cara menyebarkan angket berupa kuesioner kepada Masyarakat Kelurahan Jatimulya. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan SPSS versi 16.0.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah berpengaruh positif. Dilihat dari nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, yang berarti kurang dari 0,05. Pengaruh jaringan kantor terhadap keputusan masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah berpengaruh positif. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,590 yang berarti variabel promosi dan variabel jaringan kantor memberikan

pengaruh keputusan masyarakat kelurahan jatimulya untuk menabung di bank syariah sebesar 59% sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

Kata Kunci : Promosi, Jaringan Kantor, Keputusan Menabung

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan i'nayah-Nya kepada kita semua. Dan atas karunia-Nya kita masih diberikan kesempatan hidup sampai saat ini dan dalam keadaan sehat tanpa satu kekurangan apapun.

Shalawat beserta salam penulis hanturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat manusia dari kegelapan zaman jahiliyyah menuju zaman penuh keberkahan dan kedamaian dari sang khalik.

Dengan rasa syukur dan rendah hati, penulis mengucapkan alhamdulillah telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI DAN JARINGAN KANTOR TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG DI BANK SYARIAH BAGI MASYARAKAT KELURAHAN JATIMULYA KABUPATEN BEKASI”** dengan lancar.

Penulis sadar bahwa dalam penyelesaian skripsi ini bukanlah hasil kerja keras penulis sendiri, tetapi berkat dukungan dan do'a dari berbagai pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang

2. Dr. M. Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Heny Yuningrum, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sekaligus pembimbing II penulis
4. Muyassarah, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
5. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku pembimbing I yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam kelancaran penulisan skripsi ini
6. Dr. Muchlis, M.Si., selaku wali dosen yang telah sabar memberikan arahan dan masukan kepada penulis selama menuntut ilmu di universitas
7. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag., selaku dosen yang selalu memberikan dorongan moril kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini
8. Segenap dosen beserta staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang sudah tulus melayani dan telah mentransfer ilmunya dengan penuh kesabaran
9. Teman-teman S1 Perbankan Syariah angkatan 2015 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat kepada penulis

10. Keluarga besar Racana Walisongo, senior, sedulur seangkatan, serta angkatan yang lainnya. terimakasih atas ilmu yang diberikan selama ini, semoga silaturahmi kita tetap terjaga sampai kapanpun
11. Keluarga besar Himasi, senior, teman seangkatan, serta angkatan yang lainnya. Semoga kita dipermudah dalam mencapai kesuksesan serta menjadi kebanggaan kabupaten/kota Bekasi.
12. Teman-teman KKN posko 68 Desa Mle kang Demak yang telah memberikan semangat moril kepada penulis dalam proses berjalannya skripsi. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga sampai kapanpun

Penulis sadar bahwa dalam penyelesaian skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan dalam menyempurnakan skripsi ini. Semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 28 September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN	vi
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah	19
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	20
1.4 Sistematika Penulisan	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Bank Syariah	23
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	23
2.1.2 Tujuan dan fungsi Bank Syariah	35

2.1.3	Akad-akad Bank Syariah.....	37
2.2	Promosi.....	41
2.2.1	Periklanan (<i>Advertising</i>).....	41
2.2.2.	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	44
2.2.3	Publisitas (<i>Publicity</i>)	47
2.2.4	Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	48
2.3	Jaringan Kantor	54
2.4	Keputusan Menabung	60
2.5	Penelitian Terdahulu	66
2.6	Kerangka Pemikiran	74
2.7	Hipotesis	75
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	77
3.1	Jenis dan Sumber Data	77
3.1.1	Jenis Data	77
3.1.2	Sumber Data	78
3.2	Populasi dan Sampel	79
3.2.1	Populasi	79
3.2.2	Sampel	80
3.3	Metode Pengumpulan Data	81
3.4	Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	83
3.5	Metode Analisis Data	86
3.5.1	Uji Validitas	86
3.5.2	Uji Reliabilitas	87
3.5.3	Uji Normalitas.....	88

3.5.4	Uji Asumsi Klasik	88
3.5.5	Uji t	90
3.5.6	Uji F	91
3.5.7	Uji Determinasi (R^2)	92
3.5.8	Uji Regresi Linear Berganda.....	93
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		94
4.1	Penyajian Data.....	94
4.1.1	Sejarah Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi	94
4.1.2	Susunan Organisasi Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi	100
4.2	Analisis Data	102
4.2.1	Gambaran Umum Responden.....	102
4.2.2	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	105
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	110
4.2.4	Analisis Regresi Berganda	113
4.2.5	Uji Ketetapan Model (Uji T, Uji F dan R^2).....	115
4.3	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	120
4.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung	120
4.3.2	Pengaruh Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Menabung.....	122
4.3.3	Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Minat Menabung.....	124
BAB V PENUTUP		126
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.126
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	127
5.3	Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jaringan Kantor Perbankan Syariah	3
Tabel 1.2 Daftar Kecamatan di Kabupaten Bekasi	11
Tabel 1.3 Perbandingan Jumlah Bank Syariah di Kota dan Kabupaten Bekasi	13
Tabel 1.4 Jumlah Bank Umum dan BPR di Kelurahan Jatimulya	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	67
Tabel 3.1 Kepadatan Penduduk Kelurahan Jatimulya	79
Tabel 3.2 Variabel Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran.....	83
Tabel 4.1 Kondisi Geografis	100
Tabel 4.2 Struktur Organisasi Kelurahan Jatimulya.....	100
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	102
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	104
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	105
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	106
Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas.....	109
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	110
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	111
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	112
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	113
Tabel 4.13 Hasil Uji T	116
Tabel 4.14 Hasil Uji F	118
Tabel 4.15 Hasil Uji R^2	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Literasi dan Indeks Inklusi Keuangan Syariah	8
Gambar 1. 2 Market Share Perbankan Syariah	10
Gambar 1. 3 Total Aset dan Dana Pihak Ketiga	15
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli	61
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Responden PenelitianError! Bookmark not defined.

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Jawaban Responden

Lampiran 4 Jawaban Responden (Variabel X1, X2 dan Y)

Lampiran 5 Uji Validitas

Lampiran 6 Uji Reabilitas

Lampiran 7 Uji Normalitas

Lampiran 8 Uji Multikolinearitas

Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 10 Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 11 Uji F

Lampiran 12 Uji T

Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran 14 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal dengan banknote. Kata bank berasal dari Bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam bentuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Pada tahun 1940, Malaysia mulai menerapkan bank syariah dalam mengelola dana jamaah haji secara nonkonvensional. Rintisan institusional lainnya adalah *Islamic Rural Bank* di desa Mit Ghamar pada tahun 1963 di Kairo, Mesir yang diprakasai oleh Ahmad al-Najjar.

Berdirinya *Islamic Development Bank* (IDB) pada tahun 1975 di Jeddah telah memotivasi banyak negara Islam untuk mendirikan lembaga keuangan syariah. Pada awal periode 1980-an, bank-bank syariah bermunculan di Mesir, Sudan, Pakistan, Iran, Malaysia, Bangladesh, serta Turki.

Berkembangnya bank-bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh di Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi

mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan Lokakarya Bunga Bank dan Perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung di Hotel Sahid Jaya Jakarta. Bank Muamalat Indonesia lahir sebagai hasil kerja Tim Perbankan MUI yang dibentuk pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta pada tanggal 22-25 Agustus 1990. Akte pendirian PT Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991¹.

Perkembangan perbankan syariah ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia hingga saat ini diuraikan sebagai berikut :

¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, Cet. ke-26, 2001, h. 25.

Tabel 1.1
Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Indikator	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bank Umum Syariah						
> Jumlah Bank	11	12	12	13	13	14
> Jumlah Kantor	1.998	2.151	1.990	1.869	1.825	1.875
Unit Usaha Syariah						
> Jumlah Bank Konvensional yang memiliki UUS	23	22	22	21	21	20
> Jumlah Kantor	590	320	311	332	344	354
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah						
> Jumlah Bank	163	163	163	166	167	167
> Jumlah Kantor	402	439	446	453	441	495
Total Kantor	2.990	2.910	2.944	2.854	2.811	2.925

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK, 2018

Dalam lima tahun terakhir perkembangan perbankan syariah di Indonesia ditandai dengan meningkatnya jumlah bank dan kantor

cabang. Pertumbuhan jumlah bank dan kantor cabang pada tahun 2013 mencapai 11 bank umum syariah dan 1.998 unit kantor cabang. Pada tahun 2014 terdapat 12 bank umum syariah dan 2.151 unit kantor cabang. Pada tahun 2015 masih tetap 12 bank umum syariah dan 1.990 unit kantor cabang. Pada tahun 2016-2017 terdapat 13 bank umum syariah dan 1.869 unit kantor cabang (tahun 2017 menurun menjadi 1.825 unit kantor cabang). Pada Desember 2018 terdapat 14 bank umum syariah dan 1.875 unit kantor cabang.

Jumlah bank konvensional yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) pada tahun 2013-Desember 2018 mengalami penurunan dari sebelumnya 23 menjadi 20 unit. Untuk jumlah kantor UUS sempat mengalami penurunan dari 590 unit kantor pada tahun 2013 menjadi 311 pada tahun 2015, dan meningkat naik dari 322 unit kantor pada tahun 2016 menjadi 354 unit kantor pada Desember 2018.

Jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pun mengalami peningkatan dari 163 bank pada tahun 2013 menjadi 167 bank pada Desember 2018. Diiringi dengan meningkatnya jumlah bank, jumlah kantor BPRS pun meningkat dari 402 unit kantor pada tahun 2013 menjadi 495 unit kantor pada Desember 2018. Total kantor cabang Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang tersebar di seluruh Indonesia telah mencapai 2.925 kantor cabang.

Dari data diatas menunjukkan bahwa ada perkembangan dan pertumbuhan sektor perbankan syariah di Indonesia. Dengan peningkatan tersebut tentunya tidak menutup kemungkinan suatu saat Indonesia akan menjadi *global player* keuangan syariah di dunia. Pernyataan tersebut didasarkan karena Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi penduduk muslim terbesar yang ada di dunia. Hal ini tentunya menguntungkan Indonesia, karena dengan jumlah penduduk muslim yang cukup besar menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan bank syariah yang ada di Indonesia.

Akan tetapi jika dibandingkan dengan negara Malaysia, jumlah *market share* Malaysia masih besar dibandingkan Indonesia, sampai akhir 2017 malaysia sudah mencapai 20%-40% sedangkan di Indonesia baru mencapai 5%². Hal ini disebabkan karena pengenalan bank syariah terhadap masyarakat di Malaysia memang lebih dulu dibandingkan dengan Indonesia. Di Indonesia bank syariah mulai didirikan pada tahun 1992 sedangkan di Malaysia sejak tahun 1983, bahkan selama periode 1992-1998 perkembangan bank syariah cukup lambat hanya ada 1 unit bank syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia.

²Nurdevi Noviana, "Indonesia Masih Kalah Telak dari Malaysia Soal Bank Syariah", <https://www.finansialku.com/indonesia-masih-kalah-telak-dari-malaysia-soal-bank-syariah/>, diakses 6 Februari 2019.

Saat ini di industri perbankan terdapat beberapa perusahaan yang sepenuhnya dioperasikan berdasarkan prinsip syariah. Namun demikian, kapasitas perusahaan tersebut masih relatif kecil dibanding dengan lembaga keuangan konvensional. Sebagian besar bank umum syariah masih berada pada klasifikasi BUKU 2 dan bank umum syariah terbesar berada pada BUKU 3. Sementara diperbankan konvensional, beberapa bank telah berada dalam klasifikasi BUKU 4. Hal ini menunjukkan bahwa bank syariah terbesar pun sulit bersaing dengan lembaga keuangan konvensional³.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menaungi perbankan syariah hingga sekarang terus melakukan pengembangan-pengembangan untuk kemajuan dari perbankan itu sendiri, banyak kebijakan yang ditetapkan untuk memperbaiki dan untuk memajukan perbankan syariah khususnya di Indonesia, yang menjadi perhatian adalah tentang pangsa pasar perbankan syariah yang masih rendah dan cara mengatasinya kemudian lemahnya daya saing perbankan syariah dalam lingkungan perbankan nasional.

Meningkatkan pertumbuhan perbankan syariah, tidak hanya didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dan memiliki pengalaman praktis dalam sektor perbankan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Faktor-faktor tersebut antara

³ Otoritas Jasa Keuangan, “Mendorong Pembentukan Lembaga Keuangan Syariah yang Memiliki Skala Usaha Besar”, dalam *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Nasional 2017-2019*, h. 30.

lain, edukasi/pengetahuan masyarakat akan perbankan syariah dan kesadaran umat Islam untuk berbisnis secara syariah.

Walaupun sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam, namun pengetahuan tentang perbankan syariah sangat rendah sehingga yang menjadi nasabah di bank syariah hanya sedikit. Tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk jasa keuangan syariah menjadi faktor yang sangat penting dalam mendorong perkembangan keuangan syariah di Indonesia. Hal ini dikarenakan penggunaan suatu produk keuangan syariah oleh masyarakat sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman masyarakat terhadap fungsi, jenis, dan karakteristik dari produk keuangan syariah tersebut.

Berdasarkan hasil survei literasi yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016 menunjukkan bahwa tingkat literasi (pemahaman) dan tingkat inklusi (pemanfaatan/utilitas) masyarakat tentang produk dan jasa keuangan syariah masih rendah. Hal tersebut ditunjukkan dengan indeks literasi keuangan syariah baru mencapai sebesar 8,11% dan indeks inklusi keuangan syariah sebesar 11,06%. Sementara indeks literasi keuangan konvensional mencapai 29,66% dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,82%⁴.

Indeks inklusi keuangan syariah yang lebih tinggi dibandingkan indeks literasi menunjukkan bahwa masyarakat sudah menggunakan produk keuangan syariah walaupun belum memahami

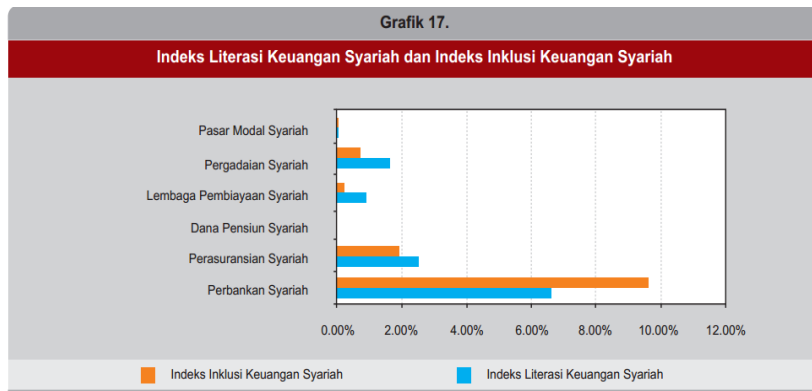
⁴ *Ibid.* h. 43.

secara komprehensif tentang fitur produk, kemanfaatan serta risiko produk dan jasa keuangan syariah.

Indeks literasi keuangan syariah dan indeks inklusi keuangan syariah per sektor industri digambarkan pada gambar berikut ini:

Gambar 1. 1

Indeks Literasi Keuangan Syariah dan Indeks Inklusi Keuangan Syariah



Sumber : Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Nasional 2017-2019, OJK

Jika dilihat literasi per sektor industri keuangan syariah, tingkat pemahaman dan pemanfaatan masyarakat di sektor perbankan syariah paling tinggi dibandingkan dengan sektor pasar modal syariah dan IKNB syariah, yang ditunjukkan oleh indeks literasi sebesar 6,63% dan indeks inklusi sebesar 9,61%. Sektor pasar modal syariah memiliki tingkat literasi dan inklusi yang paling

rendah, yaitu 0,02% untuk literasi dan 0,01% untuk inklusi. Sementara indeks literasi IKNB syariah sebesar 2,51% untuk perasuransian, 1,63% untuk pegadaian, 0,19% untuk lembaga pembiayaan, dan 0% untuk dana pensiun. Tingkat inklusi produk IKNB syariah secara umum di bawah tingkat literasi, kecuali tingkat inklusi lembaga pembiayaan yang lebih tinggi dari tingkat literasinya. Adapun indeks inklusi keuangan pada sektor IKNB syariah adalah 1,92% untuk asuransi, 0,71% untuk pegadaian, 0,24% untuk pembiayaan.

Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa keuangan syariah masih belum banyak dikenal oleh masyarakat sehingga produk keuangan syariah belum menjadi suatu alternatif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Rendahnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap keuangan syariah tersebut antara lain dapat disebabkan oleh operasional LJK syariah masih dianggap rumit, kurangnya edukasi keuangan syariah, dan biaya pengelolaan yang tinggi.

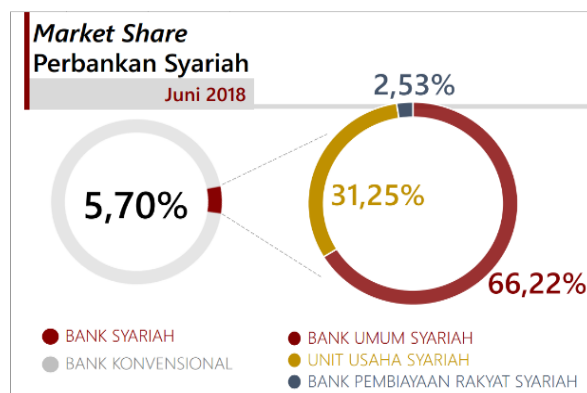
Menunjukkan produk yang dimiliki bank juga harus memberikan informasi kepada masyarakat melalui promosi. Promosi yang dapat dilakukan bank harus memberikan informasi yang tepat dimana komunikasi berperan penting. Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk bank karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh

nasabah maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran⁵. Tindakan promosi oleh bank juga bisa mengurangi minat masyarakat bila dengan tujuan yang tidak tepat atau berlebihan oleh karena itu bank harus memanfaatkan dengan benar media promosi seperti iklan media cetak atau elektronik, promosi langsung atau mengadakan *event*/acara yang tersedia.

Berikut adalah gambar *market share* perbankan syariah di Indonesia :

Gambar 1. 2

Market Share Perbankan Syariah per Juni 2018



Sumber : Snapshot Perbankan Syariah Juni 2018

Dari gambar diatas bisa disimpulkan bahwa saat ini *market share* bank syariah di Indonesia masih terbilang rendah, sekitar

⁵ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran edisi pertama*, Yogyakarta: BPFE, 2000, h. 235.

5,70% kurang dari 10% total asset bank secara nasional. Fenomena tentang rendahnya minat menabung tersebut di bank syariah merupakan salah satu pokok permasalahan yang harus dipecahkan. Pasalnya jumlah nasabah bank syariah saat ini masih dibawah 10 juta orang, sehingga potensi peningkatan nasabah perbankan syariah masihlah sangat besar mengingat jumlah penduduk usia produktif Indonesia terus bertambah.

Bekasi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang wilayahnya terletak di Provinsi Jawa Barat, terbagi menjadi 2 wilayah administrasi yaitu Kota Bekasi dan Kabupaten Bekasi. Kabupaten Bekasi memiliki 23 Kecamatan. Berikut adalah tabel kecamatan yang ada di Kabupaten Bekasi :

Tabel 1.2

Daftar Kecamatan di Kabupaten Bekasi

Kecamatan	Ibukota Kecamatan
Setu	Lubangbuaya
Serang Baru	Sukasari
Cikarang Pusat	Sukamahi
Cikarang Selatan	Sukadami
Cibarusah	Cibarusah Kota
Bojongmangu	Bojongmangu
Cikarang Timur	Jatibaru
Kedungwaringin	Kedungwaringin

Cikarang Utara	Cikarang Kota
Karangbahagia	Karangbahagia
Cibitung	Wanasari
Cikarang Barat	Telagaasih
Tambun Utara	Sriamur
Tambun Selatan	Tambun
Babelan	Babelan Kota
Tarumajaya	Pantaimarmur
Tambelang	Sukarapih
Sukawangi	Sukawangi
Sukatani	Sukamulya
Sukakarya	Sukakarya
Pebayuran	Kertasari
Cabangbungin	Lenggahjaya
Muaragembong	Pantaimekar

Sumber : Kabupaten Bekasi dalam angka, BPS Kabupaten Bekasi 2018

Dalam lajunya perekonomian, lembaga jasa keuangan sangat berpengaruh penting. Dimana perbankan menerima banyak masyarakat yang menitipkan dananya kepada bank maupun instansi keuangan lainnya. Dalam hal ini perbankan syariah juga berperan aktif dalam melayani masyarakat dalam menghimpun dana serta menyalurkan dana masyarakat dalam menopang laju ekonomi

masyarakat. Berikut adalah tabel jumlah bank syariah yang ada di Kota Bekasi maupun Kabupaten Bekasi :

Tabel 1.3
Perbandingan Jumlah Bank Syariah di Kota Bekasi
dengan Kabupaten Bekasi

No.	Kota Bekasi	Kabupaten Bekasi
1.	Bank Syariah Mandiri KC Bekasi	Bank BRISyariah KCP Tambun
2.	Bank Muamalat KC Bekasi	Bank Syariah Mandiri KCP Tambun
3.	Bank BRISyariah KC Bekasi	Bank BNI Syariah KCP Tambun
4.	Bank Mega Syariah KC Juanda	Bank BJB Syariah KC Lippo Cikarang
5.	Bank Syariah Mandiri KCP Bekasi Timur	Bank Mandiri Syariah KCP Cikarang
6.	Bank BJB Syariah KC Bekasi	Bank BRISyariah KCP Cikarang
7.	Bank Danamon Syariah Taman Galaxy	Bank BTN Syariah KCP Cikarang
8.	Bank BCA Syariah KC	Bank BNI Syariah KCP Jababeka

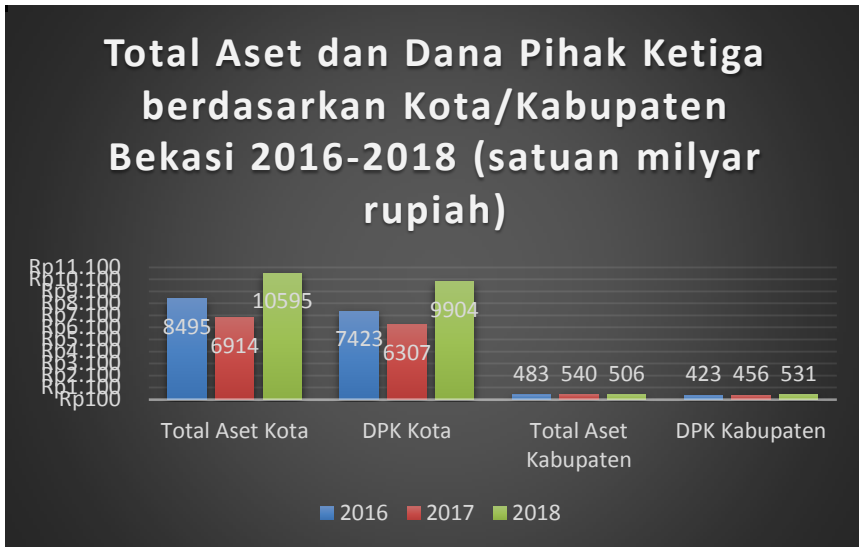
	Kranji	Cikarang
9.	Bank BTN Syariah KC Bekasi	Bank BCA Syariah KCP Cikarang Selatan
10.	Bank BCA Syariah KC Bekasi	
11.	Bank Syariah Mandiri KC Bekasi Pondok Gede	
12.	Bank BNI Syariah KC Bekasi	

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Dari hasil riset yang dilakukan oleh peneliti, untuk di Kota Bekasi terdapat kurang lebih 10 bank syariah dan 2 unit usaha syariah sedangkan untuk di Kabupaten Bekasi terdapat 7 bank syariah dan 2 unit usaha syariah. Dilihat dari lokasi kantor bank syariah yang ada di Kota Bekasi tersebar di beberapa tempat seperti Bekasi Timur, Taman Galaxy, Pondok Gede dan Kranji sedangkan lokasi kantor yang ada di Kabupaten Bekasi hanya berpusat di wilayah Tambun dan Cikarang yang merupakan ibukota Kabupaten.

Gambar 1. 3

Total Aset dan Dana Pihak Ketiga



Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Dari total asset bank syariah yang ada di Kota Bekasi pada tahun 2016 sebesar 8.495 milyar. Pada tahun 2017 turun menjadi 6.914 milyar, kemudian naik menjadi 10.595 milyar pada akhir tahun 2018. Sedangkan untuk Kabupaten Bekasi hanya sebesar 483 milyar pada tahun 2016, naik menjadi 540 milyar pada tahun 2017 dan turun kembali ke angka 506 milyar pada akhir tahun 2018.

Sedangkan untuk Dana Pihak Ketiga di Kota Bekasi pada tahun 2016 menyentuh angka 7.423 milyar yang kemudian turun menjadi 6.307 milyar pada tahun 2017 dan naik ke angka 9.904

milyar pada akhir tahun 2018. Sedangkan untuk Kabupaten Bekasi hanya sebesar 423 milyar pada tahun 2016, kemudian naik menjadi 456 milyar pada tahun 2017 dan pada akhir tahun 2018 naik ke angka 531 milyar⁶.

Kecamatan Tambun Selatan merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Bekasi. Dengan luas wilayah 4.310 Ha dan jumlah penduduk 505.012 jiwa menjadikan Kecamatan Tambun Selatan sebagai wilayah paling padat di Kabupaten Bekasi (12.284 jiwa per km²)⁷. Sebagai wilayah paling padat yang ada di Kabupaten Bekasi menjadikan roda perekonomian di Kecamatan Tambun Selatan terus meningkat dan masyarakat membutuhkan suntikan dana dari Bank maupun instansi keuangan lainnya untuk menjalankan usahanya. Berikut adalah tabel jumlah bank dan BPR yang ada di Kecamatan Tambun Selatan :

Tabel 1.4

Jumlah Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat di Kecamatan Tambun Selatan Tahun 2018

Desa	Bank Umum Pemerintah	Bank Umum Swasta	Bank Perkreditan Rakyat
------	----------------------------	------------------------	-------------------------------

⁶ Otoritas Jasa Keuangan, “Total Asset Gross dan Dana Pihak Ketiga berdasarkan Kota/Kabupaten” dalam *Statistik Perbankan Syariah*, edisi Februari 2017-2019, h. 72.

⁷ Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, “Kependudukan”, dalam *Kabupaten Bekasi dalam angka 2018*, edisi Agustus 2018, h. 30.

Jatimulya	3	-	2
Lambang Sari	2	3	2
Lambang Jaya	5	2	1
Tambun	1	-	4
Setiadarma	-	-	5
Setiamekar	5	2	10
Mekarsari	2	-	-
Tridayasakti	3	2	7
Mangunjaya	2	-	-
Sumberjaya	-	-	-
Kec. Tambun Selatan	23	9	31

Sumber : Kecamatan Tambun Selatan dalam angka, BPS Kabupaten Bekasi 2018

Berdasarkan tabel diatas di Kecamatan Tambun Selatan terdapat 23 Bank Umum Pemerintah, 9 Bank Umum Swasta dan 31 Bank Perkreditan Rakyat. Hanya Desa Sumberjaya yang tidak memiliki kantor perwalikan perbankan pemerintah, swasta maupun perkreditan rakyat.

Keterangan dari saudara Rully menyatakan bahwa jauhnya akses ke kantor perwakilan bank syariah dan tidak adanya promosi menyebabkan lebih memilih menabung di bank konvensional. Sejalan dengan itu menurut keterangan saudari Nurul yang menyatakan bahwa tidak adanya promosi dan jarak lokasi yang jauh dari permukiman tempat tinggal menyebabkan lebih memilih bank konvensional yang lebih dekat dan promosi yang lebih sering diketahui.

Keterangan dari saudara Said menyatakan bahwa jauhnya akses menuju bank syariah dan jarangya promosi yang dilakukan oleh bank syariah menyebabkan lebih suka memilih bank konvensional daripada bank syariah. Sejalan dengan itu keterangan dari saudari Lucky yang menyatakan bahwa tidak adanya promosi melalui media sosial dan jauhnya jarak dari pemukiman ke kantor bank syariah terdekat menyebabkan lebih memilih bank konvensional yang lebih dekat dengan permukiman. Keterangan dari saudara Haikal juga menyatakan bahwa promosi yang dilakukan oleh bank syariah sangat jarang di ketahui masyarakat dan akses menuju kantor bank syariah terdekat yang sangat jauh menyebabkan lebih suka menabung di bank konvensional.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan peneliti kepada 5 orang masyarakat di salah satu desa yang ada di Kecamatan Tambun Selatan yaitu kelurahan Jatimulya menunjukkan bahwa minimnya informasi tentang perbankan syariah

membuat masyarakat memilih bank konvensional sebagai sarana untuk menitipkan dananya dan tidak adanya kantor perwakilan perbankan syariah juga menjadi latar belakang kenapa masyarakat kelurahan Jatimulya lebih suka bank konvensional. Dilihat dari tabel 1.5 menunjukkan hanya ada 3 Bank Umum Pemerintah dan 2 Bank Perkreditan Rakyat yang ada di kelurahan Jatimulya yang semuanya merupakan bank konvensional.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi Untuk Menabung di Bank Syariah”**.

1.2 Rumusan masalah

Dari Latar Belakang yang diuraikan di atas maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh Jaringan Kantor terhadap keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor terhadap keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Menjelaskan sejauh mana pengaruh Promosi terhadap keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah.
- b. Menjelaskan sejauh mana pengaruh Jaringan Kantor terhadap keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah.
- c. Menjelaskan sejauh mana pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor terhadap keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi untuk menabung di bank syariah.

2. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perusahaan perbankan maupun bagi pihak yang terlibat didalamnya. Diantaranya adalah :

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah kepada masyarakat di desa dan sebagai sumbangan mengenai pengembangan penelitian yang sudah ada.

2. Manfaat praktisi
 - a. Bagi Peneliti, sebagai pengembangan teori yang sudah di dapat di bangku kuliah serta media belajar untuk memecahkan masalah.
 - b. Bagi Akademik, sebagai informasi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji tentang minat menabung studi komparatif masyarakat pedesaan dan menambah kepustakaan.
 - c. Bagi Perbankan Syariah, sebagai dasar pertimbangan dan masukan mengenai apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan pada penelitian ini terdiri atas lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini dibahas landasan teori yang digunakan untuk membantu memecahkan masalah penelitian. Pembahasan ini meliputi; bank syariah (pengertian bank syariah, tujuan dan fungsi bank syariah,

akad-akad bank syariah), promosi (periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi), jaringan kantor, keputusan menabung, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai pendekatan dan metode penelitian yang digunakan. Uraian yang disajikan meliputi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini diuraikan tentang hasil penelitian, pengolahan data penelitian sekaligus pembahasannya, meliputi gambaran umum Kelurahan Jatimulya, pengujian dan analisis data, serta pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini menguraikan kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisis data, keterbatasan penelitian, dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan perbankan syariah di waktu yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bank Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan lembaga strategis yang berupaya mewujudkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam lembaga formal keuangan Islami⁸. Menurut Ali, Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam⁹. Bank syariah biasa disebut *Islamic banking* atau *interest free banking*, yaitu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem *maisir* (spekulasi), *gharar* (ketidakpastian) dan *riba* (bunga).

Riba diharamkan karena ketika bank sebagai kreditur yang memberikan pinjaman mensyaratkan pembayaran bunga yang besarnya tetap dan menentukan terlebih dahulu di awal transaksi (*fixed and predetermined rate*). Padahal nasabah yang mendapatkan pinjaman itu tidak mendapatkan keuntungan yang *fixed and*

⁸Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djambatan, 2001, h. 33.

⁹ Ali Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 1.

predetermined juga, karena dalam bisnis selalu ada kemungkinan rugi, impas atau untung, yang besarnya tidak dapat ditentukan diawal¹⁰.

Riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun simpan-meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam. Mengenai hal ini, Allah SWT mengingatkan dalam firman-Nya.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ
تَكُوْنَتْ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisaa’: 29)

Dalam kaitannya dengan pengertian *al-bathil* dalam ayat tersebut, Ibnu al-Arabi al-Maliki dalam kitabnya, *Ahkam Al-Qur’an*, menjelaskan “Pengertian riba secara bahasa adalah tambahan, namun yang dimaksud dalam ayat Qur’an yaitu setiap penambahan yang diambil tanpa adanya

¹⁰ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, Cet. ke-3, 2004, h. 38.

satu transaksi pengganti atau penyeimbang yang dibenarkan syariah.”

Pada ayat ini Allah SWT melarang kita memperoleh harta secara tidak halal, yakni memperolehnya dengan cara batil, misalnya mencuri, merampok, riba, korupsi, dll. Manusia diberi Allah SWT hak untuk memiliki harta (sebagai amanat). Seseorang yang memakan hak secara batil berarti telah mengambil hak orang lain secara tidak sah.

Manusia adalah makhluk sosial, yang tidak dapat hidup tanpa manusia yang lain. Dalam hidup ini, kita memperoleh harta dari orang lain melalui transaksi jual beli. Syarat utama jual beli sebagaimana dijelaskan pada ayat diatas yaitu secara suka sama suka. Pertukaran harta antara penjual dan pembeli harus didasari dengan kerelaan antara penjual dan pembeli. Dalam mazhab Syafi’i proses serah terima barang dalam transaksi wajib dilakukan secara lisan (ijab qabul) dengan kerelaan. Namun, mayoritas ulama berpendapat bahwa ijab qabul dengan ucapan tidaklah wajib dilakukan karena hal ini sangat tidak praktis dalam perniagaan modern¹¹.

¹¹ Abdurrahman R. A. Haqqi, *Tafsir Zanjabil Surah An-Nisa*, Depok: Indie Publishing, 2016, h. 53.

Yang dimaksud dengan transaksi pengganti atau penyeimbang yaitu transaksi bisnis atau komersial yang melegitimasi adanya penambahan tersebut secara adil, seperti transaksi jual beli, gadai, sewa, atau bagi hasil proyek¹².

Secara garis besar, riba dikelompokkan menjadi dua. Masing-masing adalah riba utang-piutang dan riba jual beli. Kelompok pertama terbagi lagi menjadi *riba qardh* (Suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berutang) dan *riba jahiliyyah* (Utang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan). Adapun kelompok kedua, riba jual beli, terbagi menjadi *riba fadhl* (Pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi) dan *riba nasi'ah* (Penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya).

Para ahli fiqih Islam telah membahas masalah riba dan jenis barang ribawi meliputi:

¹² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, Cet. ke-26, 2001, h. 38.

1. Emas dan perak, baik itu dalam bentuk uang maupun dalam bentuk lainnya;
2. Bahan makanan pokok, seperti beras, gandum, dan jagung, serta bahan makanan tambahan, seperti sayur-sayuran dan buah-buahan.

Dalam kaitannya dengan perbankan syariah, implikasi ketentuan tukar-menukar antar barang-barang ribawi dapat diuraikan sebagai berikut¹³.

1. Jual beli antara barang-barang ribawi sejenis hendaklah dalam jumlah dan kadar yang sama. Barang tersebut pun harus diserahkan saat transaksi jual beli. Misalnya, rupiah dengan rupiah hendaklah Rp5.000,00 dengan Rp5.000,00 dan diserahkan ketika tukar-menukar.
2. Jual beli antara barang-barang ribawi yang berlainan jenis diperbolehkan dengan jumlah dan kadar yang berbeda dengan syarat barang diserahkan pada saat akad jual beli. Misalnya, Rp5.000,00 dengan 1 dollar Amerika.
3. Jual beli barang ribawi dengan yang bukan ribawi tidak disyaratkan untuk sama dalam jumlah maupun untuk diserahkan pada saat akad. Misalnya, mata uang (emas, perak, atau kertas) dengan pakaian.

¹³ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah ...*, h. 42.

4. Jual beli antar barang-barang yang bukan ribawi diperbolehkan tanpa persamaan dan diserahkan pada waktu akad, misalnya pakaian dengan barang elektronik.

Umat Islam dilarang mengambil riba apa pun jenisnya. Larangan supaya umat Islam tidak melibatkan diri dengan riba bersumber dari berbagai surah dalam Al-Qur'an dan hadits Rasulullah SAW.

1. Larangan Riba dalam Al-Qur'an

Larangan riba yang terdapat dalam Al-Qur'an tidak diturunkan sekaligus, melainkan diturunkan dalam empat tahap.

Tahap pertama, menolak anggapan bahwa pinjaman riba pada zahirnya seolah-olah menolong mereka yang memerlukan sebagai suatu perbuatan mendekati atau *taqarrub* kepada Allah SWT.

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar harta manusia bertambah, maka tidak bertambah dalam pandangan Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridhaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya).” (Q.S. Ar-Ruum: 39)

Tahap kedua, riba digambarkan sebagai suatu yang buruk. Allah SWT mengancam akan memberi balasan yang keras kepada orang Yahudi yang memakan riba.

فَبِظُلْمٍ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ
وَبِصَدِّهِمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا ۖ وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ هُمُوا عَنْهُ
وَأَكْلَهُمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ ۚ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا
أَلِيمًا ۖ

“Karena kezaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan bagi mereka makanan yang baik-baik yang (dahulu) pernah dihalalkan, dan karena mereka sering menghalangi (orang lain) dari jalan Allah, dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan Kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih.” (Q.S. An-Nisaa’: 160-161)

Tahap ketiga, riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Para ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan tingkat yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak dipraktikkan pada masa tersebut. Allah berfirman,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا
 اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” (Q.S. Ali Imran: 130)

Tahap terakhir, Allah SWT dengan jelas dan tegas mengharamkan apapun jenis tambahan yang diambil dari pinjaman. Ini adalah ayat terakhir yang diturunkan menyangkut riba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ
 مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِن
 تُبْتِغُوا فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang yang beriman. Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertaubat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).” (Q.S. Al-Baqarah: 278-279)

Ayat ini baru akan sempurna kita pahami jika kita cermati bersama asbabun nuzulnya. Abu Ja'far Muhammad bin Jarir ath-Thabari meriwayatkan,

“kaum Tsaqif, penduduk Kota Thaif, telah membuat suatu kesepakatan dengan Rasulullah saw. bahwa semua utang mereka, demikian juga piutang (tagihan) mereka, yang berdasarkan riba agar dibekukan dan dikembalikan hanya pokoknya saja. Setelah Fathu Makkah, Rasulullah menunjuk Itab bin Usaid sebagai Gubernur Mekah yang juga meliputi kawasan Thaif sebagai daerah administrasinya. Bani Amr bin Umair bin Auf adalah orang yang senantiasa meminjamkan uang secara riba kepada Bani Mughirah dan sejak jaman jahiliah Bani Mughirah senantiasa membayarnya dengan tambahan riba. Setelah kedatangan Islam, mereka tetap memiliki kekayaan dan aset yang banyak. Karenanya, datanglah Bani Amr untuk menagih utang dengan tambahan (riba) dari Bani Mughirah --seperti sediakala—tetapi Bani Mughirah setelah memeluk Islam menolak untuk memberikan tambahan (riba) tersebut. Dilaporkan masalah tersebut kepada Gubernur Itab bin Usaid. Menanggapi masalah ini, Gubernur Itab langsung menulis surat kepada Rasulullah saw. dan turunlah ayat diatas. Rasulullah saw. lantas menulis surat balasan kepada Gubernur Itab, ‘Jika mereka ridha atas ketentuan Allah diatas maka itu baik, tetapi jika mereka menolaknya maka kumandangkanlah ultimatum perang kepada mereka.’”

2. Larangan Riba dalam Hadits

Pelarangan riba dalam Islam tidak hanya merujuk pada Al-Qur’an, melainkan juga al-Hadits. Hal ini sebagaimana posisi umum hadits yang berfungsi

untuk menjelaskan lebih lanjut aturan yang telah digariskan melalui Al-Qur'an, pelarangan riba dalam hadits lebih terinci.

Dalam amanat terakhirnya pada tanggal 9 Dzulhijjah tahun 10 Hijriah, Rasulullah saw. masih menekankan sikap Islam yang melarang riba.

“Ingatlah bahwa kamu akan menghadap Tuhanmu dan Dia pasti akan menghitung amalanmu. Allah telah melarang kamu mengambil riba. Oleh karena itu, utang akibat riba harus dihapuskan. Modal (uang pokok) kamu adalah hak kamu. Kamu tidak akan menderita ataupun mengalami ketidakadilan.”

Selain itu, masih banyak lagi hadits yang menguraikan masalah riba. Diantaranya¹⁴,

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكَّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدَيْهِ وَ
قَالَ هُمْ سَوَاءٌ (رواه مسلم)

Jabir berkata bahwa Rasulullah saw. mengutuk orang yang menerima riba, orang yang membayarnya, dan orang yang mencatatnya, dan dua orang saksinya, kemudian beliau bersabda, “mereka itu semuanya sama.” (HR. Muslim no. 2995, kitab al-Masaqqah)

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah saw. bersabda, *“Pada malam perjalanan mi'raj, aku melihat orang-orang yang perut mereka seperti rumah, di dalamnya dipenuhi oleh ular-ular yang kelihatan dari luar. Aku bertanya kepada Jibril*

¹⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah ...*, h. 53-54.

siapakah mereka itu. Jibril menjawab bahwa mereka adalah orang-orang yang memakan riba.”

رَوَى الْحَاكِمُ عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ أَنَّ النَّبِيَّ قَالَ : الرِّبَا ثَلَاثَةٌ وَ سَبْعُونَ بَابًا أَيْسَرُهَا مِثْلُ أَنْ يَنْكَحَ الرَّجُلُ أُمَّهُ

Al-Hakim meriwayatkan dari Ibnu Mas'ud bahwa Nabi saw. bersabda, “Riba itu mempunyai 73 pintu (tingkatan); yang paling rendah (dosanya) sama dengan seseorang yang melakukan zina dengan ibunya.”

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah saw. bersabda, “Tuhan sesungguhnya berlaku adil karena tidak membenarkan empat golongan memasuki surge atau tidak mendapat petunjuk dari-Nya. (Mereka itu adalah) Peminum arak, pemakan riba, pemakan harta anak yatim, dan mereka yang tidak bertanggung jawab/ menelantarkan ibu-bapaknya.”

Sumber-sumber hukum yang dapat dijadikan sebagai landasan yuridis perbankan syariah di Indonesia dapat diklasifikasikan pada dua aspek yaitu, hukum normatif dan hukum positif¹⁵.

Hukum normatif berarti landasan hukum yang bersumber pada norma Islam yaitu al-Qur'an dan Hadits. Fatwa Dewan Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) termasuk kategori normatif. Termasuk juga Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).

¹⁵ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik Praktik Kritik*, Yogyakarta: Kalimedia, 2018, h. 85.

Hukum positif berarti landasan hukum yang bersumber pada undang-undang tentang perbankan, undang-undang bank Indonesia, peraturan bank Indonesia (PBI) atau landasan hukum lainnya yang dapat dikategorikan sebagai hukum positif.

Di Indonesia, regulasi tentang bank syariah tertuang di UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

- a) Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa. Bank devisa adalah bank yang dapat melakukan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit* dan sebagainya.
- b) Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip

syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. UUS berada satu tingkat di bawah direksi bank umum konvensional bersangkutan. UUS dapat berusaha sebagai bank devisa dan bank nondevisa.

- c) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS adalah perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh WNI dan/atau badan hukum Indonesia, pemerintah daerah, atau kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.

2.1.2 Tujuan dan fungsi Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya. Selain bertujuan meraih

keuntungan sebagaimana layaknya bank konvensional pada umumnya, bank syariah juga bertujuan sebagai berikut¹⁶ :

- 1) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat.
- 2) Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh bank syariah.
- 3) Membentuk masyarakat agar berfikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.
- 4) Berusaha bahwa metode bagi hasil pada bank syariah dapat beroperasi, tumbuh, dan berkembang melalui bank-bank dengan metode lain.

Fungsi bank syariah sebagaimana yang tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pasal 4 adalah sebagai berikut :

- 1) Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.

¹⁶ Muhammad Ridwan Basalamah, et al. *Perbankan Syariah*, Malang: Empatdua Media, 2018, h. 5-6.

- 2) Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi zakat.
- 3) Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola zakat (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).
- 4) Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

2.1.3 Akad-akad Bank Syariah

Berikut adalah beberapa akad yang ada di bank syariah.

1. *Wadiah*

Wadiah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki¹⁷.

2. *Mudharabah*

Mudharabah merupakan akad kerjasama antara dua pihak, satu pihak memberikan modal kepada lainnya

¹⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah ...*, h. 85.

untuk berniaga. Kemudian keuntungan dibagi antara mereka sesuai dengan yang telah disepakati¹⁸.

3. *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/*expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan¹⁹.

4. *Murahabah*

Murahabah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati²⁰.

5. *Salam*

Dalam pengertian yang sederhana, *Salam* adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka²¹.

6. *Istishna*

Istishna merupakan kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang. Dalam kontrak ini, pembuat barang menerima pemesanan dari pembeli.

¹⁸ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah ...*, h. 129.

¹⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, h. 90.

²⁰ Ibid, h.101.

²¹ Muhammad Ibn Ahmad Ibn Muhammad Ibn Rusyd, *Bidayatul Mujtihad wa Nihayatul Muqtashid*, Beirut: Darul-Qalam, 1988, *al-Mabsuth* vol. XII, h. 124.

Pembuat barang lalu berusaha melalui orang lain untuk membuat atau membeli barang menurut spesifikasi yang telah disepakati dan menjualnya kepada pembeli akhir. Kedua belah pihak bersepakat atas harga serta sistem pembayaran: apakah pembayaran dilakukan di muka, melalui cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang²².

7. *Ijarah*

Ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyyah*) atas barang itu sendiri²³.

8. *Hawalah*

Hawalah adalah akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggungnya (membayarnya)²⁴.

9. *Kafalah*

Kafalah adalah menjadikan seseorang (penjamin) ikut bertanggungjawab atas tanggungjawab seseorang dalam pelunasan/pembayaran hutang, dan dengan demikian keduanya berhutang²⁵.

²² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, h. 113.

²³ Ibid, h. 117.

²⁴ Muhammad Ridwan Basalamah, et al. *Perbankan...*, h. 39.

²⁵ Ibid, h. 45.

10. *Rahn*

Rahn adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *rahn* adalah semacam jaminan utang atau gadai²⁶.

11. *Qardh*

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan²⁷. Dalam literature fiqih klasik, *qardh* dikategorikan dalam *aqd tathawwui* atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial²⁸.

12. *Wakalah*

Wakalah adalah pelimpahan kekuasaan oleh seseorang kepada yang lain dalam hal-hal yang diwakilkan²⁹.

²⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, h. 128.

²⁷ Ibid, h. 131.

²⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, Beirut: Darul-Kitab al-Arabi, 1987, Cet. ke-8, Jilid III, h. 163.

²⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, h. 120.

2.2 Promosi

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* terakhir setelah produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini bank setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya³⁰.

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

- 1) Periklanan (*Advertising*).
- 2) Promosi penjualan (*Sales Promotion*).
- 3) Publisitas (*Publicity*).
- 4) Penjualan pribadi (*Personal Selling*).

2.2.1 Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi

³⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000, h. 213.

calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat³¹:

- a. Pemasangan *Billboard* di jalan-jalan strategis.
- b. Percetakan Brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- c. Pemasangan Spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
- d. Pemasangan melalui Koran.
- e. Pemasangan melalui Majalah.
- f. Pemasangan melalui Televisi.
- g. dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi, yaitu³²:

- 1) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- 2) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa bank yang ditawarkan.

³¹ Ibid.

³² Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005, Cet. ke-2, h. 178.

- 3) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari para calon nasabah.
- 4) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke bank kita.

Kemudian pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan iklan disuatu media, antara lain³³:

- 1) Jangkauan media yang akan digunakan.
- 2) Sasaran atau konsumen yang akan dituju.
- 3) Tujuan iklan tersebut.
- 4) Biaya yang akan dikeluarkan.

Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu.

Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih kreasi penyampaianya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal

³³ Ibid, h. 179.

sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis³⁴. Kebebasan dalam kreasi penyampaian harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia. Sebagaimana Firman-Nya :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ (المَدَّثَر : ٣٨)

Artinya : “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya” (Q.S. Al-Muddatstsir: 38)

Jadi iklan Islami adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dan dalam penyajiannya berlandaskan pada etika periklanan Islami.

2.2.2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik

³⁴ Muhammad Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta : BPFE, 2004, h. 274.

nasabah untuk segera membeli setiap produk dan jasa yang ditawarkan³⁵. Oleh karena itu agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui³⁶:

- 1) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar).
- 2) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 3) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.
- 4) dan promosi penjualan lainnya.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Perbankan syariah tidak memaksa para nasabah bank konvensional untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Jual beli hukumnya mubah.

³⁵ Kasmir, *Manajemen...*, h. 215.

³⁶ Ibid.

Artinya, hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka. Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisaa’: 29)

Ayat diatas menjelaskan bahwa apabila seseorang melakukan jual beli dan tawar menawar dan tidak ada kesesuaian harga antara penjual dan pembeli, si pembeli boleh memilih akan meneruskan jual beli tersebut atau tidak. Apabila akad (kesepakatan) jual beli telah dilaksanakan dan terjadi pembayaran, kemudian salah satu dari mereka atau keduanya telah meninggalkan tempat akad, keduanya tidak boleh membatalkan jual beli yang telah disepakatinya.

Pada ayat ini Allah SWT melarang kita memperoleh harta secara tidak halal, yakni memperolehnya dengan cara batil, misalnya mencuri, merampok, riba, korupsi, dll. Manusia diberi Allah SWT hak untuk memiliki harta

(sebagai amanat). Seseorang yang memakan hak secara batil berarti telah mengambil hak orang lain secara tidak sah.

Manusia adalah makhluk sosial, yang tidak dapat hidup tanpa manusia yang lain. Dalam hidup ini, kita memperoleh harta dari orang lain melalui transaksi jual beli. Syarat utama jual beli sebagaimana dijelaskan pada ayat diatas yaitu secara suka sama suka. Pertukaran harta antara penjual dan pembeli harus didasari dengan kerelaan antara penjual dan pembeli. Dalam mazhab Syafi'i proses serah terima barang dalam transaksi wajib dilakukan secara lisan (ijab qabul) dengan kerelaan. Namun, mayoritas ulama berpendapat bahwa ijab qabul dengan ucapan tidaklah wajib dilakukan karena hal ini sangat tidak praktis dalam perniagaan modern³⁷.

2.2.3 Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media³⁸.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak

³⁷ Abdurrahman R. A. Haqqi, *Tafsir Zanjabil...*, h. 53

³⁸ Kasmir, *Pemasaran...*, h. 181.

langsung. Oleh karena itu kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

2.2.4 Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *Personal Selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. *Personal selling* juga dilakukan melalui merekrut tenaga-tenaga *salesman* dan *salesgirl* untuk melakukan penjualan *door to door*³⁹.

Secara khusus *Personal Selling* dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam penjualan pribadi yaitu keikhlasan. Islam menetapkan keikhlasan sangat penting dalam setiap langkah kehidupan manusia. Berdasarkan hal itu, keikhlasan pelaku bisnis diharapkan tidak berlaku curang ataupun melanggar kepentingan orang lain dengan sengaja. Pada saat presentasi tenaga penjual menguraikan fitur-fitur produk bagi pelanggan. Menggunakan pendekatan kepuasan kebutuhan. Biasanya mereka menjelaskan fitur-fitur penting dari produknya, menonjolkan kelebihan-kelebihannya dan menyebutkan contoh-contoh kepuasan konsumen. Oleh

³⁹ Ibid.

karena itu pada saat presentasi, tenaga penjual harus dipersiapkan dengan baik, dilatih kembali apa yang mereka katakan, menggunakan kontak mata langsung, bertanya dengan pertanyaan terbuka dan bersikap tenang. Meskipun demikian, dalam mempresentasikan suatu produk diharapkan untuk berbicara jujur dan bisa memenuhi janji-janjinya. Allah berfirman dalam surat Ali Imran ayat 77:

أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ قِيلَ لَهُمْ كُفُّوا أَيْدِيَكُمْ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا
الزَّكَاةَ فَلَمَّا كُتِبَ عَلَيْهِمُ الْقِتَالُ إِذَا فَرِيقٌ مِنْهُمْ يَخْشَوْنَ النَّاسَ
كَخَشْيَةِ اللَّهِ أَوْ أَشَدَّ خَشْيَةً وَقَالُوا رَبَّنَا لِمَ كَتَبْتَ عَلَيْنَا الْقِتَالَ لَوْلَا
أَخَّرْتَنَا إِلَى أَجَلٍ قَرِيبٍ قُلْ مَتَّعَ الدُّنْيَا قَلِيلٌ وَالْآخِرَةُ خَيْرٌ لِمَنِ
اتَّقَى وَلَا تظْلُمُونَ فَتِيلًا ﴿٧٧﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang menukar janjinya dengan Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan Menyapa mereka, tidak akan Memperhatikan mereka pada hari kiamat, dan tidak akan Menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih” (Q. S. Ali Imran: 77)

Allah Ta’ala berfirman, “Sesungguhnya orang-orang yang menukarkan janji”, untuk mengikuti Muhammad saw., menjelaskan sifatnya kepada manusia, dan menerangkan ihwalnya; menukarkan sumpahnya yang palsu

dengan yang sedikit dan enteng berupa harta duniawi yang fana, *“itulah orang-orang yang tiada bagian untuk mereka di akhirat, tidak akan diajak bicara oleh Allah, mereka pun tidak akan dilihat pada hari kiamat,”* dengan rahmat-Nya dan mereka tidak akan diajak berbicara dengan ungkapan yang lembut dan tidak akan disucikan” dari berbagai dosa dan kotoran, justru mereka diperintahkan supaya masuk ke neraka serta bagi mereka azab yang pedih⁴⁰.

Banyak hadits yang berkaitan dengan ayat ini diantaranya, Syakhani meriwayatkan dari hadits A'masy, dari Syaqiq, dari Abdullah bin Mas'ud, dia berkata bahwa: Rasulullah saw. Bersabda, “Barangsiapa yang memberikan sumpah palsu guna merampas harta seorang muslim, maka dia akan menemui Allah dalam keadaan murka kepadanya.” Diterangkan pula dalam hadist HR. Ibnu Majah :

المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعٌ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا وَفِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيْعَهُ لَهُ (رواه ابن ماجه عن عقبه بن عار)

Artinya: “muslim adalah saudara muslim tidak boleh bagi seorang muslim apabila ia berdagang dengan saudaranya dalam memakan cacat, kecuali diterangkan”

Dari uraian ayat al-Qur'an dan hadits di atas, jelas memerintahkan umat Islam untuk jujur termasuk dalam

⁴⁰ Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999, h. 367.

berbisnis. Dengan sikap kejujuran, pembeli akan bertambah karena Allah SWT akan memberikan kelebihan pada orang jujur itu. Sedangkan pembeli tentu juga akan memberikan informasi tentang kejujuran dan kebaikan pedagang itu kepada yang lain, sehingga pembelinya bertambah.

Jika meneladani Rasulullah SAW, saat melakukan kegiatan promosi, maka beliau sangat mengedepankan adab dan etika yang luar biasa. Etika dan adab inilah yang dapat disebut sebagai strategi. Menurut Madjid Fakhri etika yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan anjuran islam adalah:

- a. Jangan pernah mengobral sumpah, dalam beriklan atau berpromosi janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut tidak bisa ditepati. Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai islami. Allah SWT. Dan Rasulullah memberi aturan dan larangan dalam hal ini. Dari Abu Qotadah Al-Anshori, Nabi shalallahu a'laihi wa sallam bersabda: *“bahwasannya ia mendengar Rasulullah SAW bersabda : Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan (keberkahan)”* (HR. Tirmidzi). Bersumpah secara berlebihan dilarang dalam etika promosi Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islam.
- b. Jujur, Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian dan kedzaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan percecokan.

Hadist yang Agung ini menunjukkan besarnya keutamaan seseorang pedagang yang memiliki sifat-sifat ini, karena ia akan dimuliakan dengan keutamaan besar dan kedudukan yang tinggi disisi Allah SWT, dengan dikumpulkan bersama para nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat. Alqur'an dengan tegas melarang ketidakjujuran sebagaimana firmanNya dalam surat Al-Anfal ayat 27.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ
(الأنفال: ٢٧)

Artinya : “Wahai orang-orang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.

- c. Menjaga agar selalu memenuhi akad dan janji serta kesepakatan-kesepakatan diantara kedua belah pihak (pembeli dan penjual). Allah SWT berfirman pada Q.S Al-Maidah ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَةٌ
الْأَتَمَّةِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ
اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan

bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah Menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki”

- d. Menghindari berpromosi palsu yang bertujuan menarik perhatian pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Berbagai iklan dimedia televisi atau dipajang dimedia cetak, media indoor atau outdoor, atau lewat radio sering kali memberikan keterangan palsu. Model promosi tersebut melanggar akhlaqul karimah. Islam sebagai agama yang menyeluruh, mengatur tata cara hidup manusia, setiap bagian tidak dapat dipisahkan dengan bagian yang lain. Demikian pula pada proses *marketing*, jual beli harus berdasarkan etika Islam. Demikian pula pada proses *marketing*, jual beli harus berdasarkan etika Islam. Allah SWT berfirman pada QS. Ali Imran ayat 77 :

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَمَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang menukar janjinya dengan Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak mendapat bagian di

akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.”

- e. Rela dengan laba yang sedikit karena itu akan mengundang kepada kecintaan manusia dan menarik banyak pelanggan serta mendapat berkah dalam rezeki. Jika penguasa ingin mendapatkan rezeki yang berkah dengan berprofesi sebagai pedagang, tentu ingin dinaikan derajatnya setara dengan para nabi, maka ia harus mengikuti syariah Islam secara menyeluruh, termasuk dalam jual beli⁴¹. Ibnu Hibban dan Ibnu Majah mengriwayatkan hadits dari Rasulullah SAW :

إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: “Sesungguhnya jual beli itu atas prinsip saling rela”.

Dari hadits diatas menjelaskan bahwa konsep jual beli dalam islam adalah suka sama suka atau kerelaan, dimana kedua belah pihak sama-sama dengan terjadinya transaksi itu.

2.3 Jaringan Kantor

Jaringan kantor adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam jaringan kantor bank yaitu kantor

⁴¹ Ali Hasan, *Marketing dan Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hlm. 25-26

pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan jaringan mesin-mesin Ajungan Tunai Mandiri (ATM).

Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan atau melakukan transaksi dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain juga yang mendukung lokasi tersebut adalah *layout* gedung dan *layout* ruangan bank itu sendiri. Penetapan *layout* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan⁴².

Secara umum ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penentuan lokasi dan *layout* bank adalah sebagai berikut:

- 1) Agar bank dapat menentukan lokasi yang tepat untuk lokasi kantor pusat, kantor cabang, kantor cabang pembantu, kantor kas atau lokasi mesin-mesin ATM. Tujuannya agar memudahkan nasabah berhubungan atau melakukan transaksi dengan bank.
- 2) Agar bank dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani nasabahnya.
- 3) Agar bank dapat menentukan *layout* yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan, dan keamanan bagi nasabahnya.

⁴² Kasmir, *Pemasaran...*, h. 163.

- 4) Agar bank dapat menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk, baik di depan teller atau kasir.
- 5) Agar bank dapat menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan di masa yang akan datang.

Kemudian setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *layout* gedung dan ruang kantor. Hilangkan kesan kantor yang sumpek dan sembrawut yang akan mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *layout* ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga nasabah merasa nyaman.

Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan berbagai faktor. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- 1) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik.
- 2) Dekat dengan perkantoran.
- 3) Dekat dengan pasar.
- 4) Dekat dengan perumahan atau masyarakat.
- 5) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Secara khusus paling tidak ada 2 faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan lokasi suatu bank, yaitu:

1) Faktor Utama (Primer)

Pertimbangan dalam faktor primer dalam penentuan lokasi bank adalah:

- a. Dekat dengan Pasar.
- b. Dekat dengan Perumahan.
- c. Tersedia Tenaga Kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan.
- d. Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya, kereta api, pelabuhan laut atau pelabuhan udara.
- e. Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon, dan sarana lainnya.
- f. Sikap masyarakat.

2) Faktor Sekunder

Pertimbangan dalam faktor sekunder dalam penentuan lokasi bank adalah:

- a. Biaya untuk investasi di lokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung.
- b. Prospek perkembangan harga tanah, gedung, atau kemajuan di lokasi tersebut.
- c. Kemungkinan untuk perluasan lokasi.
- d. Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.
- e. Masalah pajak dan peraturan perburuhan di daerah setempat.

Pemilihan lokasi yang baik adalah salah satu yang harus diperhatikan oleh perbankan, agar kantornya dapat dilihat oleh orang banyak, sehingga terdapat beberapa pertimbangan yang akan dipikirkan untuk menentukan lokasi yang tepat. Penentuan lokasi tersebut harus diperhatikan oleh perbankan karena tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab dari lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan membuat kerusakan.

Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek dimuka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak mencoba merusaknya. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti tertulis dalam Al-Qur'an surah Al-A'raaf ayat 56, yaitu:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Dan berdo'alah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.” (Q.S. Al-A'raaf: 56)

Islam melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan, sehingga dapat merugikan orang lain. Allah SWT melarang umatnya untuk menghancurkan atau merusak yang ada dimuka bumi, melainkan menjaga dan melindunginya. Begitu juga dalam

menentukan lokasi usaha yang tepat diharapkan bukan memberikan efek negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitarnya, akan tetapi memberikan efek positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar usaha tersebut.

Keimanan bukan hanya dalam hal beribadah akan tetapi juga dalam berperilaku terhadap makhluk hidup dan juga sesamanya. Dengan memperhatikan lingkungan sekitar dan juga menjaganya, tidak mencoba merusak atau memberikan dampak yang buruk merupakan salah satu keimanan seseorang serta merupakan salah satu ibadah. Oleh karena itu, dalam membuka usaha diperlukan mencari tempat dimana yang tidak merugikan lingkungan sekitarnya, melainkan akan memberikan keuntungan terhadap lingkungan sekitarnya.

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi dengan paling banyak faktor-faktor positif. Sebagaimana dalam Al-Qur'an disebutkan pada Surah An-Nisa : 85.

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya : “Barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian (dosa)nya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.” (Q.S. An-Nisa: 85)

Merujuk dari ayat diatas suatu perbuatan yang memberikan kebaikan kepada orang lain maka seorang yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah, begitu juga sebaliknya jika seorang hamba itu memberikan suatu manfaat yang buruk kepada orang lain maka hamba tersebut juga akan menanggungnya. Jadi pemilihan lokasi harus memberikan kebaikan untuk lingkungan sekitar karena hal tersebut secara langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan di tempat tersebut.

2.4 Keputusan Menabung

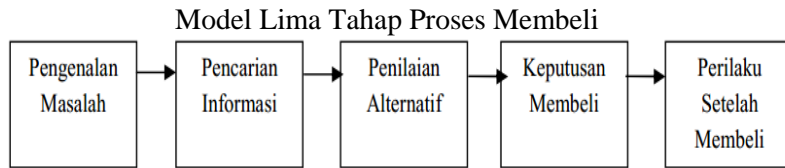
Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen⁴³.

Dalam konsep jual beli posisi bank adalah sebagai penjual dan sebaliknya posisi nasabah adalah sebagai konsumen (pembeli). Dalam melakukan pembelian dari sebelum membeli sampai setelah melakukan pembelian, proses pembelian konsumen melewati tahap-tahap membeli yang dikonseptualisasikan dalam model lima tahap proses membeli. Model tersebut dapat dilihat dibawah ini⁴⁴:

⁴³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehallindo, 2002, Jilid I, h. 212.

⁴⁴ Nurul Inayah, et. al. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)*, dalam *Jurnal At-Tawassuth*, Vol.2, No.1, 2017, h. 196.

Gambar 2.1



Model tersebut mempunyai implikasi bahwa para konsumen melalui lima tahap dalam membeli sesuatu. Tahap-tahap tersebut tidak harus dilewati secara urut. Dalam pemecahan masalah pembelian yang bersifat ekstensif calon pembeli dapat bertolak dari keputusan mengenai penjual, karena ia ingin mendapat keterangan dari penjual yang terpercaya, mengenai perbedaan dan bentuk produk.

a. Pengenalan Masalah

Masalah timbul dari dalam diri konsumen berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dalam diri pembeli atau dari luar. Berdasarkan pengalaman yang telah lalu, seseorang belajar bagaimana mengatasi dorongan ini ke arah satu jenis obyek yang dapat menjemuangkannya. Semua rangsangan yang ada pada diri konsumen menyebabkan dia mengenal suatu masalah. Sehingga perusahaan perlu mengetahui jawaban dari pertanyaan apakah masalah yang dirasakan.

b. Pencarian Informasi

Setelah timbul suatu masalah berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar, dan didorong untuk memenuhi

kebutuhan tersebut, konsumen akan mencari informasi tentang obyek yang bisa memuaskan keinginannya. Kemudian mengadakan penilaian terhadap informasi yang diperolehnya.

c. Penilaian Alternatif

Dari informasi yang diperoleh konsumen, digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapi serta daya tarik masing-masing alternatif.

d. Keputusan Membeli

Tahap evaluasi berakibat bahwa konsumen membentuk preferensi di antara alternatif-alternatif merk barang.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian konsumen akan merasakan kepuasan atau mungkin ketidakpuasan. Ini menarik bagi produsen untuk memerhatikan tindakan konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen dalam memenuhi keinginannya, mempunyai pengharapan agar bisa terpuaskan. Pengharapan konsumen itu timbul dari pesan-pesan yang diterima dari para penjual, teman dan sumber lain bahkan dari perusahaan sendiri⁴⁵.

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan

⁴⁵ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS, 2014, h. 284.

untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Islam menganjurkan melakukan keputusan untuk melakukan pembelian, maka seorang konsumen muslim harus dapat mengasumsikan fungsi daya guna barang yang akan dibelinya bukan hanya karena menuruti keinginan dan hawa nafsunya⁴⁶

Dalam islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ تَنِيدِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.” (Q.S. Al-Hujurat: 6)

Dari ayat diatas diketahui bahwa sebagai umat Islam hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka

⁴⁶ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Edisi Pertama, 2005, h. 93.

sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat Islam dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternatif, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

Sebagian ulama telah mempergunakan ayat ini untuk menjadi dalil bahwa orang fasik dapat menjadi saksi. Kalau tidak, tentulah tidak bermanfaat kita diperintah untuk menyelidiki berita (informasi) yang disampaikannya. Namun kebanyakan ulama menolak kesaksian yang diberikan oleh orang fasik. Dalil ini dapat juga dipergunakan untuk menerima kabar dari seorang yang adil. Kita diperintahkan menyelidiki lebih lanjut suatu berita yang dibawa oleh orang fasik. Kalau demikian, berita yang dibawa oleh seorang yang adil, tentulah kita terima. Demikian pendapat sebagian ulama⁴⁷.

Sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk hendaknya konsumen mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dan atau masalah yang dihadapinya. Sehingga paham produk seperti apa yang dapat menyelesaikan kebutuhan tersebut. Selanjutnya adalah hendaknya terlebih dahulu konsumen mencari informasi apakah produk itu baik atau tidak, halal atau tidak. Hal inilah yang menjadi alasan betapa pentingnya mencari informasi terkait suatu informasi atau berita yang datang.

⁴⁷ Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddiqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, Cet ke-2, 2000, h. 3915.

Pentingnya untuk memilih produk yang halal juga dijelaskan dalam beberapa surah di dalam al-Qur'an. Seperti yang terkandung dalam surah Al-Baqarah ayat 168, yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” (Q.S. Al-Baqarah: 168)

Setelah Allah Ta'ala menjelaskan bahwa tidak ada tuhan melainkan Dia, maka Dia menjelaskan bahwa Dia Maha Pemberi rezeki kepada seluruh makhluk-Nya. Dia menganugerahkan kepada mereka kebolehan memakan makanan yang halal lagi baik serta melarang mereka memakan makanan yang diharamkan kepadanya.

Hal itu sebagaimana terdapat dalam *shahih muslim* bahwa Nabi saw. Bersabda,

يَقُولُ اللَّهُ تَعَالَى: إِنَّ كُلَّ مَالٍ مَنَحْتُهُ عَبْدِي فَهُوَ لَهُمْ حَلَالٌ وَ فِيهِ وَ إِنِّي خَلَقْتُ عَبْدِي حَنَفَاءَ فَجَاءَتْهُمْ الشَّيَاطِينُ فَاجْتَالَتْهُمْ عَنْ دِينِهِمْ وَ حَرَّمْتُ عَلَيْهِمْ مَا أَخَلَلْتُ لَهُمْ (رواه مسلم)

Allah Ta'ala berfirman, ‘Sesungguhnya semua harta yang Aku anugerahkan kepada hamba-hamba-Ku adalah halal bagi mereka dan Aku ciptakan hamba-hamba-Ku itu cenderung kepada kebenaran (kebaikan). Kemudian datanglah kepada mereka setan-setan, lalu mereka menyesatkan mereka dari agama mereka dan mengharamkan atas mereka apa yang telah Ku-halalkan bagi mereka.” (HR. Muslim)

Firman Allah, “sesungguhnya dia merupakan musuh yang nyata bagimu” merupakan pernyataan agar manusia menjauhi dan waspada terhadap setan. Sebagaimana Dia berfirman, “sesungguhnya setan itu merupakan musuh bagimu, maka jadikanlah dia musuh.” Firman Allah, “dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan.” setiap maksiat kepada Allah, setiap kecenderungan kepada kemaksiatan, dan setiap kesalahan merupakan bagian dari langkah setan termasuk nazar untuk bermaksiat. Asy-Sya’bi berkata, “Bila seseorang bernazar untuk membunuh anaknya, maka Masyruq memfatwakan penggantiannya dengan menyembelih domba. Menurut Masyruq, hal itu merupakan langkah setan.”⁴⁸

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini merupakan tindak lanjut dari penelitian sebelumnya yang terkait, dan dapat berfungsi sebagai pengembangan, penyempurnaan, ataupun penegasan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 2.1 berikut.

⁴⁸ Muhammad Nasib Ar-Rifa’i, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999, h. 267-268.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga (Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 2012)	Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran	Lokasi, Keyakinan dan Pelayanan sebagai variabel bebas. Keputusan Menabung sebagai variabel terikat	Secara simultan dapat disimpulkan bahwa lokasi, keyakinan dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yakni 51 % kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Minat menabung sebesar 49%.
Atanasius Hardian Permana Yogiarto	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas	Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan	Bagi Hasil, Promosi Dan Kualitas Pelayanan bersama-sama berpengaruh

(Skripsi, 2015)	Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i> (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)	sebagai variabel bebas. Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i> . Sebagai variabel terikat.	positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan <i>Mudharabah</i> secara bersama-sama. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung > F tabel ($54,907 > 2,700$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($sig < 0,05$).
Mohammad Zubair Hippy (Skripsi, 2014)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat menabung Di Bank Muamalat Cabang	Pelayanan, Pengetahuan, Produk Syariah dan Promosi sebagai variabel bebas. Minat Menabung sebagai variabel	Secara simultan dapat disimpulkan bahwa pelayanan, pengetahuan masyarakat, produk Syariah dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yakni

	Gorontalo	terikat.	57,1 % kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Minat menabung sebesar 42,9%.
Mawardi (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Tijary, 2018)	Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang	iklan, publisitas, promosi penjualan dan penjualan pribadi sebagai variabel bebas. Minat Menabung sebagai variabel terikat.	Berdasarkan hasil pengujian nilai <i>adjusted R square</i> adalah 0,633. Angka tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh iklan, publisitas, promosi penjualan dan penjualan pribadi terhadap minat menabung masyarakat adalah 63,3 persen. Besarnya pengaruh variabel lain di luar model regresi yang

			diteliti sebesar 36,7 persen
Eka Nopitasari (Skripsi, 2017)	Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah	Lokasi, Produk, Reputasi dan Pelayanan sebagai variabel bebas. Keputusan menabung sebagai variabel terikat.	Berdasarkan hasil pengujian Nilai <i>Adjusted R Square</i> diperoleh 0,780 atau 78% artinya variabel lokasi, produk, reputasi dan pelayanan memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan bank syariah, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.
Daniel Ertega, Anas Alhifni	Pengaruh Media Promosi Perbankan	Media promosi koran, Televisi dan Internet sebagai variabel	Berdasarkan hasil pengujian Nilai <i>Adjusted R Square</i> diperoleh 0,893 atau

(Jurnal Ekonomi Syariah Equilibrium, 2017)	Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah	bebas. Minat Menabung sebagai variabel terikat.	89,3% artinya variabel koran, televisi dan internet memberikan pengaruh terhadap minat menabung masyarakat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.
Rizqa Ramadhani Tyas, Ari Setiawan (Jurnal Muqtasid, 2012)	Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang	reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles dan lokasi sebagai variabel bebas. Keputusan Menabung sebagai variabel terikat.	Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung dari hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% yaitu reliability ($3,838 > 1,7011$),

			<p>responsiveness (2,121>1,7011), assurance (3,062>1,7011), emphaty (4,760>1,7011), dan tangibles (3,290>1,7011).</p> <p>Terdapat pengaruh yang signifikan lokasi BMT terhadap keputusan nasabah untuk menabung, yang dibuktikan dengan hasil uji t yaitu t hitung > t tabel (3,480>1,7011), dengan taraf signifikansi 5%.</p>
Putri Andri Yani (Skripsi,	Analisis Pengaruh Promosi dan Kualitas	Promosi dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel	<p>Berdasarkan hasil pengujian Nilai <i>Adjusted R Square</i> diperoleh 0,752 atau</p>

2018)	Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Study pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung)	bebas. Keputusan Menabung sebagai variabel terikat.	75,2% artinya variabel promosi dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat calon nasabah tabungan Impian iB sebesar 75,2%, sedangkan sisanya 24,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.
Roni Andespa (Maqdis Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 2018)	Pengaruh Antribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah di Bank Syariah	Biaya, Fungsi, Lokasi, Informasi dan <i>image</i> sebagai variabel bebas Minat Menabung sebagai variabel terikat	Nilai R^2 pada model penelitian adalah sebesar 0,557 atau 55,7%. Artinya minat menabung dijelaskan oleh biaya, fungsi, lokasi, informasi dan <i>image</i> sebesar 55,7%, sedangkan sisanya sebesar 44,3% dijelaskan oleh

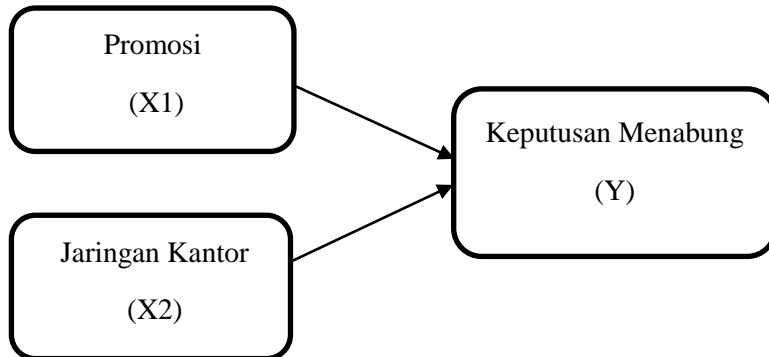
			variabel-variabel lain yang tidak ada di dalam model penelitian ini.
--	--	--	--

2.6 Kerangka Pemikiran

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir. Kerangka pemikiran penelitian dijelaskan pada gambar dibawah ini.

Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



Keterangan:

1. Keputusan Menabung (Y) sebagai variabel dependen.
2. Promosi (X1) sebagai variabel independen.
3. Jaringan Kantor (X2) sebagai variabel independen.

2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan dan harus dicari kebenarannya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh antara promosi terhadap keputusan menabung

Atanasius Hardian (2016) melakukan penelitian tentang promosi terhadap keputusan menabung dengan menggunakan metode angket kepada nasabah bank muamalat KC Pekalongan yang menghasilkan kesimpulan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Sejalan dengan itu penelitian Mawardi (2018) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat Kota Palembang untuk menabung di bank syariah.

2. Pengaruh antara jaringan kantor terhadap keputusan menabung

Dita Pertiwi dan Haroni Doli (2012) melakukan penelitian tentang lokasi terhadap keputusan menabung dengan menggunakan metode survey kepada nasabah bank muamalat di Kota Kisaran yang menghasilkan kesimpulan bahwa jaringan kantor berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di bank syariah. Selain itu, penelitian Eka Nopitasari (2017) yang dilakukan kepada mahasiswa IAIN Surakarta menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi bank syariah dengan keputusan menabung di bank syariah.

Berdasarkan penjelasan teori diatas maka diturunkan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H_2 : terdapat pengaruh positif antara jaringan kantor terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H_3 : terdapat pengaruh positif antara promosi dan jaringan kantor terhadap keputusan menabung di bank syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Data menurut jenisnya di kelompokkan menjadi tiga jenis yaitu⁴⁹ :

a. Data Subyek (*Self-Report data*)

Data subyek adalah jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Data subyek merupakan data penelitian yang dilaporkan sendiri oleh responden secara individual atau kelompok. Data subyek selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan bentuk tanggapan (respon) yang diberikan yaitu : lisan (verbal), tertulis dan ekspresi.

b. Data Fisik (*Physical data*)

Data fisik merupakan jenis data yang berupa obyek atau benda-benda fisik, antara lain dalam bentuk bangunan atau bagian bangunan, pakaian, buku, dan senjata. Data fisik dalam penelitian bisnis dikumpulkan melalui metode observasi.

⁴⁹Mohammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 164.

c. Data Dokumenter (*Documentary data*)

Data dokumenter adalah jenis data penelitian antara lain berupa: faktur, jurnal, surat-surat, notulen hasil rapat, memo, atau dalam bentuk laporan program.

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data subyek dan akan mendapatkan respon tertulis dari responden yang diberikan sebagai tanggapan atas pertanyaan tertulis (kuesioner) yang diajukan.

3.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer. Data primer (*primery data*) adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer yang berupa opini subyek (orang), secara individual (kelompok), hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian-pengujian. Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer yaitu: (1) metode survey dan (2) metode observasi.

Data ini diperoleh dari hasil kuesioner (angket) yang dilakukan peneliti terhadap penduduk Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁵⁰. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi. Jumlah penduduk di Kelurahan Jatimulya adalah 91.453 jiwa, seperti yang tercantum dalam tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Kepadatan Penduduk Kelurahan Jatimulya Tahun 2018

No.	Lingkungan	Jumlah Penduduk		
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	Ling Legon	11,551	12,279	23,830
2.	Ling Jati	17,422	17,403	34,825
3.	Ling Rawa Sapi	16,291	16,420	32,798
Jumlah		45,351	46,102	91,453

Sumber : Arsip Kelurahan Jatimulya

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 117.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁵¹. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu teknik nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan sekelompok subyek dalam purposive sampling didasarkan atas ciri-ciri populasi yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian.

Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang ada. Berdasarkan rumus slovin jumlah sampling dihitung sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

⁵¹ Sugiyono, *Metode....*, h. 118.

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang, penulis menggunakan 10% (0,1)

$$n = \frac{91.453}{1 + 91.453(0,1)^2}$$

$$n = \frac{91.453}{1 + 9145,3}$$

$$n = \frac{91.453}{9146,3}$$

$$n = 99,89077$$

Dibulatkan menjadi 100. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui metode kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada response untuk dijawabnya. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas⁵².

Kuesioner penelitian ini diberikan langsung kepada masyarakat dan kemudian dikembalikan kepada peneliti. Kuesioner

⁵² Sugiyono, *Metode....*, h. 199.

ini bersifat tertutup karena jawaban sudah disediakan dan pengukurannya dengan menggunakan skala likert.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial⁵³. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain :

SSS: Sangat Setuju Sekali

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan skala likert masing-masing instrument jawaban diberi skor sebagai berikut :

SSS: 5

SS : 4

S : 3

TS : 2

STS: 1

⁵³ *Ibid.* h. 134.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variable penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁵⁴. Adapun operasional variabel dalam penelitian ini bisa dilihat pada Tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2
Variabel, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran Variabel
Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Promosi	Kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen melalui media elektronik, brosur, pegawai bank, kerjasama dengan instansi pemerintah, kegiatan sosial	<ul style="list-style-type: none"> - promosi melalui media elektronik - promosi melalui brosur - promosi langsung oleh pegawai bank - kerjasama dengan instansi pemerintah - promosi melalui kegiatan sosial masyarakat - promosi melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain (pembagian takjil, 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert

⁵⁴ Sugiyono, *Metode....*, h. 61.

	masyarakat dan kegiatan pameran atau event lainnya di sekitar Kelurahan Jatimulya	santunan anak yatim, umrah bagi nasabah yang loyal) oleh bank syariah	
Jaringan Kantor	Tempat dimana berlangsungnya kegiatan transaksi lalu lintas pembayaran yang mudah diakses, terdapat fasilitas ATM, lahan parkir yang luas, ruang tunggu yang nyaman, berada di wilayah yang strategis dan terdapat agen layanan keuangan tanpa kantor bank syariah	<ul style="list-style-type: none"> - lokasi kantor yang mudah diakses - fasilitas ATM - agen layanan keuangan tanpa kantor bank syariah - lahan parkir yang luas - ruang tunggu yang nyaman dengan nuansa keislaman - berada di wilayah yang strategis 	Diukur melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert
Keputusan Masyarakat Untuk Menabung di	Sikap individu dalam menentukan hal-hal yang	- menggunakan jasa perbankan syariah karena lokasi kantor	Diukur melalui kuesioner dengan

Bank Syariah	menurutnya perlu untuk dipertimbangkan	mudah untuk dijangkau - menggunakan jasa bank syariah karena berbagai macam informasi yang didapatkan mengenai jasa bank syariah lengkap - menggunakan jasa bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional - menggunakan jasa bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan - menggunakan jasa perbankan syariah karena seruan pemerintah daerah untuk menciptakan masyarakat ekonomi syariah - menggunakan jasa bank syariah karena kinerja bank syaria'h sudah sesuai	menggunakan skala likert
--------------	--	---	-----------------------------

		dengan prinsip-prinsip agama (syari'ah) yang ada - menggunakan jasa bank syariah karena percaya bahwa bank syariah memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi - menggunakan jasa bank syariah karena percaya dengan adanya Dewan Pengawas Syariah di bank syariah, bank syariah tetap berada dalam landasan Al-Qur'an dan sunnah	
--	--	--	--

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

tersebut⁵⁵. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang akan diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 19. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai P. value atau signifikansi $< 0,05\%$ maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya, selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel*, dinyatakan valid jika nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu⁵⁶. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak. Uji reliabilitas instrumen menggunakan taraf

⁵⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, cet. ke-5, h. 52.

⁵⁶ Ibid. h. 47.

signifikan 5%, jika *cronbach alpha* > 0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel .

3.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi⁵⁷.

Pengujian normalitas menggunakan uji statistik *non-parametrik* dengan metode *Kolmogorov Smirnov*, dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas lebih besar dari 0,005 ($>0,005$) maka H_0 diterima, yaitu variabel residual terdistribusi normal.
- b. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,005 ($<0,005$) maka H_0 ditolak, yaitu variabel residual tidak terdistribusi normal.

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi,

⁵⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo: Wade Group, 2016, h. 83.

maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol⁵⁸.

Untuk mendeteksi apakah ada atau tidak multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolonieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas⁵⁹.

Heteroskedastisitas menyebabkan penaksiran koefisien-koefisien menjadi melebihi, kurang bahkan menyesatkan. Untuk mengujinya adalah melihat pola tertentu pada grafik jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas. Dasar

⁵⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis...*, h. 105.

⁵⁹ Ibid. h. 139.

pengambilan keputusan adalah apabila nilai t *hitung* lebih kecil dari t *tabel* maka tidak ada heteroskedastisitas atau sebaliknya.

Uji Heteroskedastisitas dapat juga melalui nilai signifikan yaitu membandingkan *level of significance* (α). Jika nilai signifikan lebih besar dari *level of significance* (α) berarti tidak ada heteroskedastisitas begitupun sebaliknya.

Besarnya nilai signifikan yaitu membandingkan *level of significance* (α)

- a. Signifikan $t > 0,05$ artinya tidak ada heteroskedastisitas
- b. Signifikan $t < 0,05$ artinya ada heteroskedastisitas

3.5.5 Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β) sama dengan nol, atau:

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$H_a : \beta \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut⁶⁰:

- a. Menentukan derajat bebas (*degree of freedom* (df)) $df = n - k$

Keterangan:

n : Jumlah data penelitian

k : Jumlah variabel terikat dan bebas yang digunakan

- b. Kriteria Pengujian

H_0 diterima : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $p\text{ value} > 0,05$

H_0 ditolak : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\text{ value} < 0,05$

- c. Nilai signifikansi pada $\alpha = 0,05$

3.5.6 Uji F

Uji F merupakan uji dimana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen), yaitu promosi (X_1) dan jaringan kantor (X_2) terhadap variabel terikat (dependen), yaitu keputusan menabung (Y). kriterianya adalah sebagai berikut:

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen X_1, X_2 terhadap variabel dependen Y .

⁶⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...*, h. 99.

b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen X_1, X_2 terhadap variabel dependen Y .

c. Menentukan derajat bebas (*degree of freedom* (df))

$$df_1 = k-1$$

$$df_2 = n-k$$

Keterangan:

k : Jumlah variabel terikat dan bebas yang digunakan

n : Jumlah data penelitian

Sedangkan kriteria pengujiannya:

- Taraf signifikan ($\alpha = 0,05$).
- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.5.7 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjalankan variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel

bebas mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen⁶¹.

3.5.8 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Perbedaan dengan regresi linear sederhana adalah bahwa regresi linear sederhana hanya menggunakan satu variabel independen dalam satu model regresi, sedangkan regresi linear berganda menggunakan dua atau lebih variabel independen dalam satu model regresi⁶².

Persamaan umum regresi yang menggunakan lebih dari dua variabel independen adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan menabung

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

x_1 = Promosi

x_2 = Jaringan kantor

e = Faktor kesalahan

⁶¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis...*, h. 97.

⁶² Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik...*, h. 161.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Sejarah Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi

Desa Jatimulya (sebelum berganti status menjadi kelurahan) merupakan salah satu desa sejarah yang terletak di Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi. Dikatakan sebagai desa sejarah karena Desa Jatimulya sudah ada jauh sebelum jaman revolusi kemerdekaan yang mana di era tersebut pemimpin tingkat desa dikenal dengan sebutan Mandor.

Letak geografis Desa Jatimulya yang merupakan lintasan jalur pantura Bekasi Karawang menuju ke Jawa Barat dan Jawa Tengah yang merupakan salah satu jalur perlawanan pejuang Bekasi yang cukup di perhitungkan oleh pasukan penjajah, menurut cerita dari sesepuh dan sejarawan jalur tersebut sering kali terjadi pertempuran antara pejuang kemerdekaan dengan pasukan penjajah dari masa penjajahan Belanda hingga masa penjajahan Jepang, ketika itu daerah Tambun dan Cibarusa menjadi pusat kekuatan pasukan Republik Indonesia.

Perlu diketahui bahwa pada saat revolusi kemerdekaan, garis demarkasi yang memisahkan Republik

Indonesia dengan daerah kekuasaan Belanda terletak didaerah Sasak Jarang masuk wilayah Desa Kedung Jati (sekarang Desa Jatimulya), terkait sejarah perjuangan rakyat Bekasi dalam merebut kemerdekaan tentunya tidak lepas dari cerita sejarah yang sangat terkenal di akhir masa penjajahan Jepang saat itu tepatnya pada tanggal 19 Oktober 1945 di kawasan Stasiun Bekasi telah terjadi pembantaian terhadap 90 anggota Kaigun (Angkatan Laut Jepang) di tepi kali Bekasi oleh para pejuang rakyat Bekasi.

Nama Desa Jatimulya sebelumnya adalah Desa Kedung Jati, pada tahun 1968 atas kesepakatan bersama antara pejabat Kepala Desa yang waktu itu dijabat oleh Bapak Amin Kosasih dengan tokoh masyarakat, Desa Kedung Jati di ubah namanya menjadi Desa Jatimulya⁶³.

Desa Jatimulya adalah desa induk yang telah menelurkan dua desa pemekaran yaitu Desa Setia Mekar dan Kelurahan Aren Jaya. Pemekaran Desa Jatimulya dengan Desa Setia Mekar terjadi pada tahun 1976 pada era kepemimpinan Bapak Atip dan setelah terbentuk Desa Setia Mekar yang menjadi penjabat sementara adalah Bapak HM. Rindon dari tahun 1976 sampai tahun 1978 selanjutnya Bapak HM. Rindon menjabat sebagai Kepala Desa Jatimulya

⁶³Wawancara dengan Bapak H.M Rindon mantan kepala desa Jatimulya periode 1979-1987

periode 1978-1986. Adapun pemekaran selanjutnya Desa Setia Mekar di mekarkan menjadi Desa Aren Jaya (sekarang Kelurahan Aren Jaya masuk wilayah Kota Bekasi).

Lewat perubahan nama dan sejarah perubahan wilayahnya, tampaknya kalau Jatimulya tetap terwarisi selaku wilayah (kampong/Desa/Kelurahan) penyandang nama inti sesuai aslinya, yaitu “jati”. Sebuah nama yang konon berasal dari berkah legenda sebuah pohon jati, yang letaknya ada di RT 01/08 Kelurahan Jatimulya (kini hanya akarnya saja dan telah menjadi cagar “keramat”).

Beberapa dasawarsa lalu, pada tiap malam satu suro (malam tahun baru islam), masyarakat Jatimulya selalu melakukan pesta di seputar akar atau “tunggak jati”. Sebagai bentuk syukur, sekaligus menapak tilasi asal usul nenek moyang yang telah mewariskan kampong permukiman, beserta berbagai kearifan lokal yang menyertainya. Biasanya pesta dilakukan dengan cara menghadirkan pertunjukan seni tradisional seperti wayang kulit dan topeng Betawi.

Berdasarkan rangkuman cerita atau buah bibir yang berkembang di masyarakat Jatimulya secara turun menurun, konon pernah singgah sekelompok pasukan dari kesultanan Cirebon di sebuah kedung (lubuk/rawa/daratan rendah yang bisa menjadi muara air). Tujuannya, selain beristirahat juga untuk memenuhi kebutuhan mereka akan air. Karena saat itu

musim panas dan sangat gersang, lalu ditanamlah pohon jati di pinggir areal kedung. Ajaibnya langsung tumbuh besar dan rindang, langsung pula dipakai untuk tempat berteduh.

Berangkat dari kisah legenda itulah, barangkali kemudian wilayah tempat persinggahan itu dinamai Kedung Jati. Sebuah areal luas wilayah yang mungkin ketika itu belum bertuan, alias kosong tanpa penghuni. Bisa jadi di antara pasukan kesultanan Cirebon itu ada yang menetap, dan lalu berperan laku sebagai pemelihara nama Kedung Jati yang kemudian patennya berubah menjadi Jatimulya.

Mesti kisah legenda pohon jati itu tidak menyertai catatan waktu kejadiannya, tidak ada juga dokumen atau literatur yang bisa dijadikan bukti sebagai catatan sejarah, dan oleh karenanya disebut sebagai legenda. Begitupun tidak jelas pula perihal tujuan, atau dalam rangka apa dan hendak kemana (pulang atau pergi), pasukan kesultanan Cirebon melakukan persinggahan. Namun kalau dikaitkan hubungannya dengan sejarah Islam dalam dimensi yang lebih luas, setidaknya sampai wilayah Bekasi (kota dan kabupaten). Maka legenda “orang jati” itu, akan teraba sebagai fakta sejarah, aroma nafas geliat sejarah Islam di Jatimulya.

Bahwa nama “jati” bagi warga Jatimulya, aslinya memiliki arti yang sangat berarti. Setidaknya bisa menunjukkan kesejatan identitas kolektifnya sebagai

komunitas muslim sejati, karena lahir dari nenek moyang pejuang Islam.

Berikut nama-nama yang pernah menjabat sebagai Kepala Desa Jatimulya di mulai dari jaman revolusi kemerdekaan sampai perubahan status Desa menjadi Kelurahan :

1. Bapak Mandor Sanin (Periode 1943-1951)
2. Bapak Milun (Periode 1951-1959)
3. Bapak Lutung (Periode 1959-1968)
4. Bapak Amin Kosasih (Periode 1968-1969)
5. Bapak Atip (Periode 1971-1979)
6. Bapak HM. Rindon (Periode 1979-1987)
7. Bapak Sukra Winata (Periode 1987-1995)
8. Bapak HM. Sulaeman (Periode 1995-2003)

Setelah itu terjadi transisi perubahan status Desa menjadi Kelurahan, pada masa transisi tersebut kepemimpinan di Desa Jatimulya dijabat oleh Plt. Bapak H. Jamun, S.E dilanjutkan oleh pejabat sementara Bapak H. Tedi Rostiady, S.Ip sampai berubah status Desa menjadi Kelurahan bersamaan dengan ditunjuknya Lurah pertama di Kelurahan Jatimulya yaitu Bapak H. Rosid Ardiana, S.Sos.

Berikut nama-nama Lurah Jatimulya setelah perubahan status Desa menjadi Kelurahan :

1. H. Jamun, S.E. (Plt Lurah)
2. H. Tedi Rostiady, S.Ip.
3. H. Rosid Ardiana, S.Sos.
4. Rofi, ST.
5. Ida Nuryadi, MM.
6. Mirtono, SH, MM.
7. Sobari, S.Sos.
8. Eso Juarsa, S.Ip, MM.
9. Mulnadianoro, S.Ip, MM.
10. Eso Juarsa, S.Ip, MM.
11. Charles Mardianus, S.Ip, MM.⁶⁴

Secara wilayah, kelurahan Jatimulya berbatasan langsung dengan desa Setiamekar di sebelah Utara, kelurahan Mustikajaya (Kota Bekasi) dengan desa Lambang Sari dan desa Setiadarma di sebelah Timur, kelurahan Mustikasari di sebelah Selatan. Dan kelurahan Jatimulya berbatasan langsung juga dengan kelurahan Margahayu, Pengasinan dan Mustikasari di sebelah Barat.

⁶⁴ Terkait dengan masa jabatan Lurah Jatimulya tergantung keputusan dari Bupati Bekasi

Tabel 4.1

Kondisi Geografis

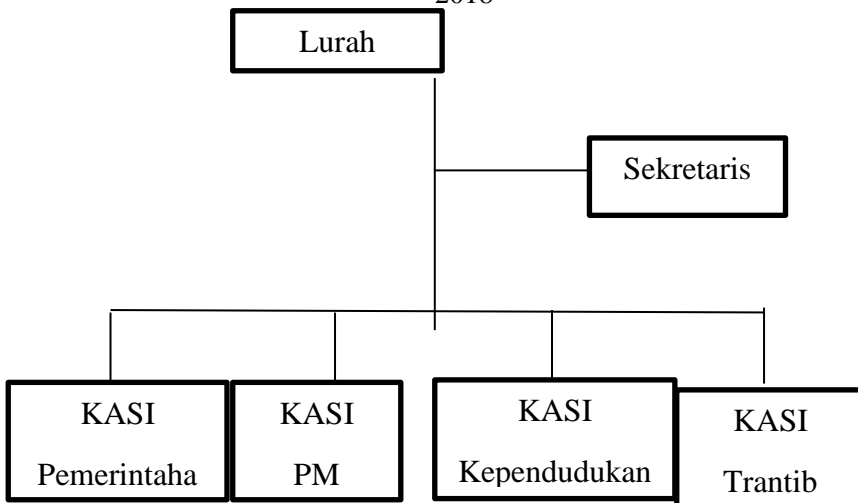
No.	Kondisi Geografis	Keterangan
1.	Luas wilayah	567.943 Ha
2.	Suhu rata-rata harian	32°C
3.	Tinggi tempat dari permukaan laut	14 mdl

Sumber : Arsip Kelurahan Jatimulya

4.1.2 Susunan Organisasi Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi

Tabel 4. 2

Struktur Organisasi Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi
2018



Sumber : Arsip Kelurahan Jatimulya

Keterangan :

Lurah	: Charles Mardianus, S.AP, MM
Sekretaris	: Aprizal Fadji, SE
Staf	: - Umar Said - Ayu D, S.Sos
KASI Pemerintahan	: Kasan, SE
Staf	: - H. Jamun, SE - Nurwijayanti, S.IP - M. Holik, SE
KASI PM	: Pungan S, S.AP
Staf	: - Sarat, S.IP - Saprudin - Sjanti A - Nuraeni
KASI Kependudukan	: Agus D, S.ST
Staf	: - U. Seruni, SE - Simin - Asniah H, SE - Susilo - Arief
KASI Trantib	: Syarifuddin, S.AP
Staf	: - O. Sudimin - Samsul A, S.Pd - Hasan Basri

Sumber : Arsip Kelurahan Jatimulya 2018

4.2 Analisis Data

4.2.1 Gambaran Umum Responden

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang merupakan nasabah bank Syariah yang ada di Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi. Karakteristik responden didapat dari data diri responden yang berupa usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendidikan.

a. Usia

Berdasarkan karakteristik usia, responden yang menempati skala usia dibawah 20 tahun sebesar 15% , skala usia 21-30 tahun sebesar 72%, skala usia 31-40 tahun 7% dan skala usia lebih dari 41 tahun sebesar 6% dari total 100 responden. Prosentase tersebut dapat dilihat melalui tabel 4.3

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 20	15	15%
21-30	72	72%
31-40	7	7%
≥ 41	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah

b. Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden terbanyak adalah perempuan yaitu sebesar 51% dan laki-laki sebesar 49%. Prosentase tersebut dapat dilihat melalui tabel 4.4

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	49	49%
Perempuan	51	51%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah

c. Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik pekerjaan, responden terbanyak adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 52%, responden lain-lain sebesar 21%, responden karyawan sebesar 17%, responden guru sebesar 9% dan responden pns sebesar 1%. Prosentase tersebut dapat dilihat melalui tabel 4.5

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/mahasiswa	52	52%
Karyawan	17	17%
Guru	9	9%
PNS	1	1%
Lain-lain	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah

d. Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden terbanyak adalah SMA yaitu sebesar 72%, responden Strata 1 sebesar 25%, responden SD sebesar 2%, dan yang terakhir responden D3 sebesar 1%. Prosentase tersebut dapat dilihat melalui tabel 4.6

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	2	2%
SMA	72	72%
D3	1	1%
S1	25	25%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer Diolah

4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

4.2.2.1 Uji Validitas

Kriteria daftar pertanyaan untuk masing – masing variabel dapat dikatakan valid apabila nilai dari r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel. Untuk mengetahui r hitung peneliti menggunakan bantuan SPSS 16.0, sedangkan untuk mencari r tabel adalah dengan mencari dalam tabel yang sudah terlampir dengan mengetahui nilai derajat kebebasannya terlebih dahulu.

Derajat kebebasan (*degree of freedom*) dalam penelitian ini adalah $df = n - k$. Dimana n adalah

jumlah responden yaitu 100 dan k (variabel independen) adalah Promosi dan Jaringan Kantor. Besarnya r tabel yang di dapat dari $df = n - 2$ dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 sehingga hasil yang di dapatkan adalah $df = 100 - 2 = 98$ yaitu dengan nilai r tabel = 0,1966 dan dibulatkan menjadi 0,197. Sehingga uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item soal	R hitung	R tabel	Keterangan
Promosi (X1)	Item soal 1	0,681	0,197	Valid
	Item soal 2	0,718	0,197	Valid
	Item soal 3	0,723	0,197	Valid
	Item soal 4	0,762	0,197	Valid
	Item	0,731	0,197	Valid

	soal 5			
	Item soal 6	0,730	0,197	Valid
Jaringan Kantor (X2)	Item soal 1	0,806	0,197	Valid
	Item soal 2	0,769	0,197	Valid
	Item soal 3	0,675	0,197	Valid
	Item soal 4	0,732	0,197	Valid
	Item soal 5	0,790	0,197	Valid
	Item soal 6	0,757	0,197	Valid
Keputusan Menabung (Y)	Item soal 1	0,685	0,197	Valid
	Item soal 2	0,775	0,197	Valid

	Item soal 3	0,769	0,197	Valid
	Item soal 4	0,826	0,197	Valid
	Item soal 5	0,781	0,197	Valid
	Item soal 6	0,762	0,197	Valid
	Item soal 7	0,826	0,197	Valid
	Item soal 8	0,644	0,197	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan dari hasil uji validitas pada tabel 4.7 diatas, dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari Variabel Promosi (X1) dan Variabel Jaringan Kantor (X2) semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selain itu Variabel Keputusan Menabung (Y) semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} > r$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

4.2.2.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner bebas dari kesalahan. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach* dimana nilai minimum yang digunakan dalam perhitungan *alpha* adalah 0,6. Sehingga uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Alpha</i> hitung	<i>Alpha</i> <i>cronbach</i>	Keterangan
Promosi	0,818	0,60	Reliabel
Jaringan Kantor	0,845	0,60	Reliabel
Keputusan Menabung	0,893	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil uji reabilitas pada tabel 4.8 diatas, didapatkan semua nilai dari hasil Variabel Promosi (X1), Jaringan Kantor (X2) dari variabel bebas dan Keputusan Menabung (Y) dari variabel terikat semuanya menghasilkan nilai *alpha cronbach* > 0,6.

Sehingga dapat disimpulkan semua instrumen dalam penelitian ini bersifat reabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak.. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode uji *Kolmogorov-smirnov*. Dikatakan normal jika angka signifikansi uji *kolmogorov-smirnov* berada di atas atau $> 0,05$, maka itu artinya data penelitian terdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

Sampel	Nilai <i>kolgomorov-smirnov</i>	Nilai signifikasi	Kesimpulan
100	0,631	0,821	Normal

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4.9 diatas dengan menggunakan metode *kolgomorov-smirnov*, didapatkan hasil signifikasi dari uji normalitas sebesar 0,821 dimana hasil tersebut lebih besar dari

taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas dalam penelitian ini adalah terdistribusi normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk melihat adanya atau tidak adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* $> 0,01$ atau nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*) < 10 maka tidak ada multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10

hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Promosi	0,731	1,368
Jaringan Kantor	0,731	1,368

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.10 diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel independen adalah sebesar $0,731 >$

0,01 dan nilai VIF sebesar $1,368 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terbebas dari multikolinearitas antar variabel bebas/independen.

4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*, yaitu dengan cara meregresi absolut residual terhadap variabel independen. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,542	1,206		2,107	0,038

Promo si	-0,043	0,061	-0,083	- 0,70 5	0,4 82
Jaring an Kantor	0,057	0,057	0,119	1,00 9	0,3 16

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.11 diatas dengan menggunakan uji glejser, didapatkan hasil signifikasi variabel bebas atau variabel Promosi (X1) dan Jaringan Kantor (X2) sebesar 0,482 dan 0,316 diatas dari nilai standar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi ini.

4.2.4 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4.735	2.056		2.303	.023
	Promosi	.505	.104	.369	4.845	.000
	Jaringan Kantor	.646	.097	.509	6.693	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.12 diatas diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,735 + 0,505X_1 + 0,646X_2$$

Persamaan diatas dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta pada persamaan diatas adalah sebesar 4,735 berarti bahwa jika variabel promosi dan jaringan kantor sama dengan nol, maka variabel Y atau keputusan menabung adalah 4,735
2. Koefisien regresi variabel promosi diperoleh sebesar 0,505 dengan arah koefisien positif, hal tersebut diartikan bahwa kenaikan 1 satuan untuk variabel promosi dalam hal penggunaan media elektronik, brosur, promosi langsung, kerjasama dengan instansi pemerintah, kegiatan sosial masyarakat, kegiatan

pameran serta kegiatan lain oleh bank syariah, maka keputusan masyarakat untuk menabung akan naik sebesar 0,505 dengan asumsi variabel bebas lain konstan

3. Koefisien regresi variabel jaringan kantor diperoleh sebesar 0,646 dengan arah koefisien positif, hal tersebut diartikan bahwa kenaikan 1 satuan untuk variabel lokasi kantor dalam hal dibangun dekat pusat kota, fasilitas atm ditambah, terdapat agen layanan keuangan tanpa kantor, lahan parkir yang luas, ruang tunggu yang nyaman dan berada di wilayah yang strategis, maka keputusan masyarakat untuk menabung di lembaga keuangan syariah akan naik sebesar 0,646 dengan asumsi variabel bebas lain konstan

4.2.5 Uji Ketetapan Model (Uji T, Uji F dan R^2)

4.2.4.1 Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai *t hitung* masing – masing koefisien regresi dengan nilai *t tabel* dan nilai signifikansi 5% atau 0,05. Penelitian ini menggunakan 3 variabel dan 100 data penelitian. Sehingga diperoleh nilai df sebesar 97, maka

diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,661. Adapun kriteria pengujiannya adalah H_0 di terima apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau sig. $t > 0,05$ dan H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig. $t < 0,05$. Hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji t **Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.735	2.056		2.303	.023
Promosi	.505	.104	.369	4.845	.000
Jaringan Kantor	.646	.097	.509	6.693	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Menabung

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan pada tabel 4.13, diperoleh nilai:

1. Uji t variabel promosi terhadap keputusan menabung

Variabel X1 mempunyai t_{hitung} yaitu 4,845 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X1) memiliki kontribusi terhadap keputusan menabung (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

2. Uji t variabel jaringan kantor terhadap keputusan menabung

Variabel X2 mempunyai t_{hitung} yaitu 6,693 dengan $t_{tabel} = 1,661$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaringan kantor (X2) memiliki kontribusi terhadap keputusan menabung (Y). Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan variabel jaringan kantor secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

4.2.4.2 Uji F

Uji F merupakan uji dimana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen), yaitu promosi (X_1) dan jaringan kantor (X_2) terhadap variabel terikat (dependen), yaitu keputusan menabung (Y). Dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya adalah 0,05. berikut hasil uji F test:

Tabel 4.14

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1747.500	2	873.750	69.705	.000 ^a
	Residual	1215.890	97	12.535		
	Total	2963.390	99			

a. Predictors: (Constant), Jaringan Kantor, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Pada tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} adalah 69,705. Sedangkan pada F_{tabel} diperoleh nilai dari

df (k-1) atau $3-1 = 2$ dan df 2 (n-k) atau $100-3 = 97$ dan menghasilkan F_{tabel} sebesar 3,09 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $69,705 > 3,09$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen promosi (X1) dan jaringan kantor (X2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan menabung (Y).

4.2.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang mampu dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Berikut hasil uji nya:

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.581	3.540

a. Predictors: (Constant), Jaringan Kantor, Promosi

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,590 yang berarti bahwa kemampuan variabel-variabel independen yang terdiri dari promosi dan jaringan kantor dalam menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan menabung sebesar 59% sedangkan 41% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel promosi (X1) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,845 > 1,661$. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,505, artinya promosi berpengaruh sebesar 50,5% terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian H_1 yang menyatakan variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mawardi (2018) dengan judul “Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap

Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang” dengan sampel masyarakat Kota Palembang. Dalam penelitian ini nilai *adjusted R square* adalah 0,633. Angka tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh iklan, publisitas, promosi penjualan dan penjualan pribadi terhadap minat menabung masyarakat adalah 63,3 persen. Besarnya pengaruh variabel lain di luar model regresi yang diteliti sebesar 36,7 persen.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Zubair Zippy (2014) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat menabung Di Bank Muamalat Cabang Gorontalo” dengan sampel nasabah bank Muamalat Cabang Gorontalo. Dalam penelitian ini diperoleh nilai *t hitung* untuk variabel promosi sebesar 4,673. Jika dibandingkan dengan nilai *t tabel* yang sebesar 1,984. Maka *t hitung* yang diperoleh jauh lebih besar dari nilai *t tabel* kemudian terlihat pula bahwa Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Bagi peneliti, bentuk promosi seperti santunan anak yatim, pemberangkatan umrah bagi nasabah yang loyal, workshop tentang ekonomi Islam yang dilakukan oleh bank syariah menjadi nilai tersendiri. Penilaian yang dilakukan oleh masyarakat bisa mempengaruhi keputusan untuk

menabung di bank syariah atau tidak, dalam hal ini bank syariah tidak bisa memaksa untuk menjadi nasabah bank syariah sebagaimana firman Allah Ta'ala

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ (الْمَدَّئِر : ٣٨)

Artinya : “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya” (Q.S. Al-Muddatstsir: 38)

4.3.2 Pengaruh Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Menabung

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel jaringan kantor (X2) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,693 > 1,661$. Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa jaringan kantor mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,646, artinya jaringan kantor berpengaruh sebesar 64,6% terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian H_2 yang menyatakan variabel jaringan kantor berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eka Nopitasari (2017) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah” dengan mahasiswa IAIN Surakarta sebagai sampel penelitian. Dalam penelitian ini

diperoleh bahwa variabel lokasi (X1) berdasarkan uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,655 > 1,985$. Nilai signifikan sebesar $0,009 < 0,05$, yang berarti bahwa lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,423, artinya lokasi berpengaruh sebesar 42,3% terhadap keputusan nasabah.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dita Pertiwi dan Haroni Doli H. Ritonga (2012) dengan judul “Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat Di Kota Kisaran” dengan sampel nasabah Bank Muamalat Kota Kisaran. Dalam penelitian ini diperoleh bahwa secara simultan dapat disimpulkan bahwa lokasi, keyakinan dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, yakni 51 % kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikat. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Minat menabung sebesar 49%.

Bagi peneliti, jaringan kantor yang memiliki ruang tunggu yang nyaman bernuansa keislaman dengan alunan ayat suci Al-Qur'an yang ada di kantor bank syariah menjadi nilai tersendiri. Penilaian yang dilakukan oleh masyarakat dapat mempengaruhi keputusan untuk menabung di bank syariah atau tidak, dalam hal ini bank syariah sudah

memaksimalkan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam dan memilih lokasi yang menghindari faktor-faktor negatif serta mendapatkan faktor-faktor positif sebagaimana firman Allah Ta'ala

مَنْ يَشْفَعُ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِنْهَا وَ مَنْ يَشْفَعُ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ

لَهُ كِفْلٌ مِنْهَا وَ كَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُقِيتًا (النساء: ٨٥)

Artinya : “Barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian (dosa)nya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu” (Q.S. An-Nisaa: 85)

4.3.3 Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Minat Menabung

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} adalah 69,705. Sedangkan pada F_{tabel} diperoleh nilai sebesar 3,09 dengan signifikasi $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $69,705 > 3,09$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen promosi (X1) dan jaringan kantor (X2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan menabung (Y). Dengan demikian H_3 yang menyatakan variabel promosi dan jaringan kantor secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah diterima.

Sedangkan pada *R Square* diperoleh hasil sebesar 0,590. Sehingga pengaruh promosi dan jaringan kantor terhadap keputusan menabung di bank syariah berpengaruh sebesar 59% sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pengaruh promosi dan jaringan kantor terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah dengan menggunakan uji regresi diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah bagi masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, yang berarti kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan menabung.
2. Jaringan kantor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah bagi masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaringan kantor memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan menabung.
3. Promosi dan jaringan kantor berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah bagi masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi. Hal ini dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,590 yang berarti bahwa kemampuan variabel-variabel independen yang terdiri dari

variabel promosi dan variabel jaringan kantor dalam menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan menabung sebesar 59% sedangkan 41% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Keterbatasan penggunaan variabel, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua variabel yaitu promosi dan jaringan kantor
2. Keterbatasan dalam kemampuan peneliti, sehingga hasil penelitian terbatas pada kemampuan deskriptif
3. Variabel yang digunakan sudah sangat umum diteliti, sehingga kemungkinan masih terdapat variabel-variabel independen lain, selain variabel yang diteliti yang kemungkinan memberikan pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.

5.3 Saran

Pada penelitian berikutnya hendaknya mempertimbangkan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini sehingga pada penelitian selanjutnya dapat memiliki hasil yang optimal. Adapun saran yang dapat disampaikan untuk penelitian selanjutnya yaitu:

1. Perlu lebih ditingkatkan upaya sosialisasi yang intensif baik melalui media elektronik maupun media cetak. Upaya ini diharapkan akan memberikan gambaran yang jelas mengenai sistem dan produk perbankan syariah kepada masyarakat awam yang belum begitu mengenal perbankan syariah, walaupun

dalam penelitian ini promosi mempunyai berpengaruh signifikan dalam keputusan menabung.

2. Diharapkan pada penelitian yang akan datang variabel yang digunakan bisa lebih beragam. Dibandingkan dengan variabel promosi dan jaringan kantor yang sudah terlalu sering digunakan pada penelitian sebelumnya yang kemungkinan memberikan pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah.
3. Untuk penelitian selanjutnya lokasi penelitian diperluas lagi. Agar dapat digeneralisasi lingkup yang lebih luas dan merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, Cet. ke-26, 2001.
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Ash-Shiddiqy, Teungku Muhammad, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, Cet. ke-2, 2000.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi, *Kabupaten Bekasi Dalam Angka*, 2018.
- , *Kecamatan Tambun Selatan Dalam Angka*, 2018.
- Basalamah, Muhammad Ridwan, et al. *Perbankan Syariah*, Malang: Empatdua Media, 2018.
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik Praktik Kritik*, Yogyakarta: Kalimedia, 2018.
- Fauzi, Mohammad, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, cet. ke-5, 2011.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran edisi pertama*, Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Haris, Helmi, et. al. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta)*, *Jurnal Muqtasid*, Vol. 3, No. 1, 2012.
- Haqqi, Abdurrahman R. A., *Tafsir Zanjabil Surah An-Nisa*, Depok: Indie Publishing, 2016.

<https://www.finansialku.com/indonesia-masih-kalah-telak-dari-malaysia-soal-bank-syariah/> diakses pada tanggal 6 Februari 2019.

Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djambatan, 2001.

Ibn Ahmad Ibn Muhammad Ibn Rusyd, Muhammad, *Bidayatul Mujtihad wa Nihayatul Muqtashid*, Beirut: Darul-Qalam, *al-Mabsuth* vol. XII, 1988.

Inayah, Nurul, et. al. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani)*, *Jurnal At-Tawassuth*, Vol. 2, No. 1, 2017.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000.

-----, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, Cet. ke-2, 2005.

Karim, Adiwarman A., *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, Cet. ke-3, 2004.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehallindo, Jilid I, 2002.

Mawardi, *Pengaruh Promosi Tabungan Bank Sumsel Babel Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Kota Palembang*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Tijary*, Vol. 4, No. 1, 2018.

Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah*, 2018.

-----, *Statistik Perbankan Syariah edisi Februari 2017-2019*.

-----, *Snapshot Perbankan Syariah Periode Juni 2018*.

-----, *Roadmap Pengembangan Keuangan Syariah Indonesia 2017-2019*, 2016.

Pertiwi, Dita, et. al. *Analisis Minat Menabung Masyarakat pada Bank Muamalat di Kota Kisaran*, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1, 2012.

Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo: Wade Group, 2016.

Sabiq, Sayyid, *Fiqhus Sunnah*, Beirut: Darul-Kitab al-Arabi, Cet. ke-8, Jilid III, 1987.

Sunyoto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS, 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Zainuddin, Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Responden Penelitian

No.	Nama	Alamat	Kode Responden
1.	Ahmad	Jl. Ciketing	R-1
2.	Muhammad	Jl. Cipete Raya	R-2
3.	Nurul Khasanah	Mutiara Gading Timut	R-3
4.	Sarah Afifah	Jl. Idola Raya	R-4
5.	Gusti Ayu Fatmalasari	Jl. Jembatan 1	R-5
6.	Ansi Lutfiyana	Jl. Elang 2	R-6
7.	Muhamad Aldi Gunawan	Jl. Elang 2	R-7
8.	Angki Azhari Janati	Rawa Sapi	R-8
9.	Iftakh khusniyati	Jatimulya	R-9
10.	Devy Yulianti siska	Perumahan PTI	R-10
11.	Ahmad Sairoji	Dusun Legon	R-11
12.	Neni handayani	Jl. Rawa Mulya	R-12
13.	Novriza Yasmar	Jl. Gajah 1	R-13
14.	Mochamad Hafiz Ghozali Rusmana	Jl. Harimau 2	R-14

15.	Surya amri	Jl. Idola Raya	R-15
16.	Dian	Jl. Istiqomah	R-16
17.	Fifih lutfiah	Jl. Jembatan 1	R-17
18.	Nur Latifah	Jl. Harimau 1	R-18
19.	Muharramah Nur Fauziah	Jl. Gajah 1	R-19
20.	Ayu	Jatimulya	R-20
21.	Ayu Siti	Jatimulya	R-21
22.	Dimass K	Rawa Sapi	R-22
23.	Abdul salam	Rawa Sapi	R-23
24.	Taufan Triandika	Jl. Rawa Mulya	R-24
25.	Doni	Jl. Jatimulya 1	R-25
26.	Silfia	Jl. Jatimulya 1	R-26
27.	Dira rachma Wulandari	Jl. Jatimulya 2	R-27
28.	Muhammad Zarqoni Iskandar	Jl. H. Jampang	R-28
29.	Novia Dwi Nursandra	Jl. H. Jampang	R-29
30.	Milah marina ayu	Jatimulya	R-30

31.	Nur Ramadhan	Rawa Sapi	R-31
32.	Silvia apriliana	Jl. H. Jampang	R-32
33.	Niswatul lutfiyah	Rawa Sapi	R-33
34.	Sena	Dusun Legon	R-34
35.	Indra	Jl. Harimau 2	R-35
36.	rani	Jl. Harimau 1	R-36
37.	Mega	Jl. Rawa Mulya	R-37
38.	Eko	Mutiara Gading Timur	R-38
39.	Herwan Okta Yoza	Perumahan PTI	R-39
40.	Azizia Pariswara	Perumahan PTI	R-40
41.	Helmi	Jl. H. Jampang	R-41
42.	Devi Nurmalina	Jl. Jatimulya	R-42
43.	Umi Chanifah	Jl. Gajah 1	R-43
44.	Agustina Rahmawati	Jl. Elang 2	R-44
45.	Oktavio	Jl. Gajah 1	R-45
46.	Toyyibah	Jl. Cipete Raya	R-46
47.	Mita	Jl. Cipete Raya	R-47
48.	Aji Haryo Poespo	Jl. Cipete Raya	R-48

49.	Hafid	Jl. Ciketing	R-49
50.	Lina Nofianti	Jl. Ciketing	R-50
51.	Nisa adiyatul	Jl. Asem Raya	R-51
52.	Maulidatul Maghfiroh	Jl. Asem Raya	R-52
53.	Annisa Firdaus	Jl. Hirup Raya	R-53
54.	Karnadi	Rawa Sapi	R-54
55.	E. Arifah Rohmah, S.Ag	Rawa Sapi	R-55
56.	Rully	Perumahan PTI	R-56
57.	Sri Fatmawati	Rawa Sapi	R-57
58.	Hj. Aliyah	Rawa Sapi	R-58
59.	Muffliha	Jatimulya	R-59
60.	H.Saman	Rawa Sapi	R-60
61.	Fitria Nuraini	Dusun Legon	R-61
62.	Laila Pujiati	Dusun Legon	R-62
63.	Tashia Amalin	Mutiara Gading Timur	R-63
64.	Muhammad Alvin Raehan	Jl. Hirup Raya	R-64
65.	Alfi	Jl. Hirup Raya	R-65
66.	Nasir	Rawa Sapi	R-66
67.	Abdul Hakim	Pengasinan	R-67

68.	Febrian Dwi	Jl. Depok 1	R-68
69.	Misbah	Pengasinan	R-69
70.	Agung	Jl. Rawa Mulya	R-70
71.	Angga	Jl. Depok 1	R-71
72.	Goffar	Rawa Sapi	R-72
73.	Tondi Alfaraby	Jl. Istiqomah	R-73
74.	Rezha Rosyid	Jl. Istiqomah	R-74
75.	Kustiawan	Pengasinan	R-75
76.	Alan Mukafi	Jatimulya	R-76
77.	Ivan Roshan	Dusun Legon	R-77
78.	Putri	Rawa Sapi	R-78
79.	Herlinawati	Rawa Sapi	R-79
80.	Ita	Rawa Sapi	R-80
81.	Sahidun	Jatimulya	R-81
82.	Egi	Rawa Sapi	R-82
83.	Kamilah Namira Putri	Jl. Istiqomah	R-83
84.	Sri Maryati	Jl. Istiqomah	R-84
85.	Fikri Amarullah	Jl. Rawa Mulya	R-85
86.	Citra	Jl. Rawa Mulya	R-86
87.	Arief	Jatimulya	R-87

88.	M. Luthfi Fajari	Rawa Sapi	R-88
89.	Fakhrizan Darma A.	Rawa Sapi	R-89
90.	Ma'mun Nawawi	Jl. Ciketing	R-90
91.	Maman Fathurrohman	Rawa Sapi	R-91
92.	Hifdzy Rizqon	Jl. Ciketing	R-92
93.	Iqbal Assegaf	Jl. Ciketing	R-93
94.	Tashia Bilqis	Mutiara Gading Timur	R-94
95.	Usriyyah	Rawa Sapi	R-95
96.	Febrian Dwi Andhana	Jl. Depok 1	R-96
97.	Fuzie Darwati	Jl. Istiqomah	R-97
98.	Alwiyah Nancy	Rawa Sapi	R-98
99.	Rafi Yudha	Jl. Depok 1	R-99
100.	Muhammad Rusdy	Pengasinan	R-100

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Masyarakat Desa Jatimulya

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang saya lakukan di jurusan Perbankan Syariah (S1) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka saya melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Masyarakat Desa Jatimulya Kabupaten Bekasi Untuk Menabung di Bank Syariah”.

Adapun salah satu cara yang saya gunakan untuk memperoleh data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Untuk itu saya mengharapakan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini sebagai data yang dipergunakan untuk penelitian.

Kuesioner ini digunakan untuk penelitian ilmiah, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i akan tetap terjaga.

Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan suatu hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 29 Maret 2019

Hormat saya,

Muhammad Kahfi

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya

1. Nama :.....

2. Umur :.....Tahun

3. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki
☐ Perempuan

4. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Karyawan Swasta

☐ Guru

☐ PNS

☐ Lainnya :.....

5. Pendidikan Terakhir

☐ SD

☐ SMA

☐ S1

☐ SMP

☐ D3

☐ S2

Berilah tanda centang (✓) dibawah ini pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban :

SSS : Sangat Setuju Sekali TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

Variabel Promosi

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)	SSS (5)
1.	Anda berminat menabung karena promosi yang dilakukan bank syariah di media elektronik					
2.	Anda berminat menabung setelah melihat brosur tentang bank syariah					
3.	Anda berminat menabung karena promosi yang dilakukan oleh pegawai bank syariah mudah dipahami					
4.	Anda berminat menabung karena kerjasama bank syariah dengan instansi pemerintah					
5.	Anda berminat menabung karena bank syariah selalu mengadakan kegiatan yang bersifat sosial					
6.	Anda tertarik menyimpan dana di bank syariah karena promosi yang dilakukan melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain (pembagian takjil, santunan anak yatim dan hadiah umrah bagi nasabah yang loyal) yang dilakukan oleh bank					

	syariah					
--	---------	--	--	--	--	--

Variabel Jaringan Kantor

7.	Lokasi kantor bank syariah mudah dijangkau di daerah tempat anda tinggal					
8.	Di daerah tempat anda tinggal terdapat fasilitas ATM ataupun fasilitas perbankan syariah lainnya					
9.	Di daerah tempat anda tinggal terdapat agen-agen layanan keuangan tanpa kantor dari perbankan syariah					
10.	Bank syariah di tempat anda tinggal memiliki lahan parkir yang luas					
11.	Bank syariah di tempat anda tinggal memiliki ruang tunggu yang nyaman dengan bernuansa keislaman					
12.	Bank syariah di tempat anda tinggal berada di wilayah yang strategis					

Variabel Keputusan Menabung

13.	Anda menggunakan jasa perbankan syariah karena lokasi kantor mudah untuk dijangkau					
-----	--	--	--	--	--	--

14.	Anda tertarik menyimpan dana di bank syariah karena berbagai macam informasi yang anda dapatkan mengenai jasa bank syariah lengkap					
15.	Anda menabung di bank syariah karena produk tabungannya lebih unggul dari bank konvensional					
16.	Anda menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan					
17.	Seruan pemerintah daerah untuk menciptakan masyarakat ekonomi syariah membuat anda tertarik menabung di bank syariah					
18.	Kinerja Bank Syari'ah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syari'ah) yang ada					
19.	Anda percaya bahwa bank syariah memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi					
20.	Anda percaya dengan adanya Dewan Pengawas Syariah di bank syariah, bank syariah tetap berada dalam landasan Al-Qur'an dan sunnah					

Lampiran 3 Jawaban Responden

Jawaban Responden

Variabel Karakteristik Responden

Responden	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
R-1	23	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-2	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-3	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-4	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-5	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	S1
R-6	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-7	18	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	S1
R-8	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-9	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-10	27	Perempuan	Guru	S1
R-11	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-12	29	Perempuan	Karyawan	SMA
R-13	22	Perempuan	Wiraswasta	S1
R-14	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-15	30	Laki-laki	PNS	S1
R-16	18	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA

R-17	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-18	29	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	S1
R-19	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	S1
R-20	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-21	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-22	26	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	D3
R-23	48	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-24	18	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-25	24	Laki-laki	Karyawan	S1
R-26	21	Perempuan	Wiraswasta	SMA
R-27	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-28	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-29	21	Perempuan	Guru	SMA
R-30	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-31	22	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-32	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-33	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-34	19	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-35	23	Laki-laki	Karyawan	S1
R-36	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-37	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA

R-38	28	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-39	19	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-40	22	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-41	19	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-42	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-43	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-44	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-45	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-46	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-47	23	Perempuan	Karyawan	S1
R-48	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-49	18	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-50	22	Perempuan	Wiraswasta	SMA
R-51	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-52	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-53	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-54	51	Laki-laki	Wiraswasta	SD
R-55	43	Perempuan	Guru	S1
R-56	24	Laki-laki	Wiraswasta	SMA
R-57	32	Perempuan	Guru	S1
R-58	50	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SD

R-59	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	S1
R-60	58	Laki-laki	Guru	S1
R-61	22	Perempuan	Karyawan	S1
R-62	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-63	21	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-64	19	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-65	25	Perempuan	Karyawan	S1
R-66	35	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-67	24	Laki-laki	Wiraswasta	SMA
R-68	29	Laki-laki	Wiraswasta	S1
R-69	30	Laki-laki	Wiraswasta	SMA
R-70	24	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-71	21	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-72	23	Laki-laki	Wiraswasta	SMA
R-73	23	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-74	23	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-75	35	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-76	20	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-77	28	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-78	25	Perempuan	Karyawan	SMA
R-79	27	Perempuan	Karyawan	S1

R-80	35	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SMA
R-81	50	Laki-laki	Perangkat desa	SMA
R-82	26	Laki-laki	Wiraswasta	S1
R-83	19	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-84	27	Perempuan	Wiraswasta	SMA
R-85	23	Laki-laki	Guru	S1
R-86	20	Perempuan	Karyawan	SMA
R-87	32	Laki-laki	Wiraswasta	SMA
R-88	23	Laki-laki	Wirausaha	S1
R-89	24	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	S1
R-90	35	Laki-laki	Karyawan	SMA
R-91	33	Laki-laki	Driver	SMA
R-92	25	Laki-laki	Guru	S1
R-93	28	Laki-laki	Wiraswasta	SMA
R-94	20	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-95	30	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SMA
R-96	27	Laki-laki	Karyawan	S1
R-97	23	Perempuan	Guru	SMA
R-98	29	Perempuan	Ibu Rumah Tangga	SMA
R-99	23	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	SMA
R-100	30	Laki-laki	Guru	S1

Lampiran 4 Jawaban Responden (Variabel X1, X2 dan Y)

Jawaban Responden

Pengaruh Promosi dan Jaringan Kantor Terhadap Keputusan Masyarakat Kelurahan Jatimulya Kabupaten Bekasi Untuk Menabung di Bank Syariah

A. Promosi (X1)

Responden	Promosi						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
R-1	5	5	5	5	5	5	30
R-2	5	5	5	5	5	5	30
R-3	3	3	3	3	3	3	18
R-4	5	5	5	5	4	4	28
R-5	4	3	3	3	3	3	19
R-6	3	3	3	3	3	3	18
R-7	5	5	5	5	5	5	30
R-8	3	3	3	3	3	3	18
R-9	3	2	3	2	3	3	16
R-10	3	3	4	3	3	3	19
R-11	4	4	4	4	4	4	24
R-12	3	3	3	3	3	3	18
R-13	5	5	3	4	4	4	25
R-14	5	4	4	2	4	4	23
R-15	5	5	5	5	5	5	30

R-16	2	3	4	3	3	3	18
R-17	3	3	5	3	5	5	24
R-18	3	3	3	2	3	2	16
R-19	3	5	3	3	4	3	21
R-20	3	3	3	3	3	3	18
R-21	2	3	3	3	3	3	17
R-22	5	5	5	5	4	4	28
R-23	3	3	4	4	3	3	20
R-24	5	4	5	4	5	5	28
R-25	3	3	4	5	5	5	25
R-26	3	3	3	2	3	3	17
R-27	3	3	3	3	3	3	18
R-28	2	3	2	1	3	3	14
R-29	3	3	3	3	5	5	22
R-30	3	3	3	3	3	4	19
R-31	3	3	3	3	3	3	18
R-32	3	3	3	3	3	3	18
R-33	3	1	3	2	2	4	15
R-34	3	3	3	3	3	3	18
R-35	4	4	5	2	4	4	23
R-36	2	4	5	3	3	2	19

R-37	3	3	3	3	3	3	18
R-38	3	3	3	3	4	3	19
R-39	4	3	3	4	4	3	21
R-40	3	3	3	3	3	4	19
R-41	3	3	4	4	5	3	22
R-42	4	3	5	5	5	3	25
R-43	3	3	4	4	3	3	20
R-44	4	4	4	4	4	4	24
R-45	4	5	4	4	5	5	27
R-46	3	3	3	5	3	3	20
R-47	3	2	3	2	2	2	14
R-48	4	4	3	4	5	4	24
R-49	3	3	3	2	3	4	18
R-50	3	3	3	3	3	3	18
R-51	2	3	4	4	4	3	20
R-52	4	3	4	3	4	4	22
R-53	1	1	5	5	5	3	20
R-54	5	2	4	3	1	4	19
R-55	4	4	4	4	3	4	23
R-56	4	4	3	5	4	3	23
R-57	5	4	5	4	4	4	26

R-58	4	4	4	4	4	4	24
R-59	5	5	5	5	5	5	30
R-60	5	5	5	5	5	5	30
R-61	2	3	3	5	5	4	22
R-62	5	4	4	4	5	3	25
R-63	4	2	3	2	2	2	15
R-64	2	3	5	4	4	3	21
R-65	5	4	3	2	3	4	21
R-66	4	3	3	2	2	3	17
R-67	4	3	3	3	3	4	20
R-68	3	3	2	2	4	3	17
R-69	3	2	3	2	3	3	16
R-70	3	4	3	2	3	4	19
R-71	3	4	3	3	4	4	21
R-72	3	3	3	2	3	3	17
R-73	3	3	4	3	5	5	23
R-74	4	3	3	3	4	4	21
R-75	4	4	3	3	3	3	20
R-76	3	2	3	4	5	4	21
R-77	3	4	3	2	2	3	17
R-78	3	3	3	1	1	3	14

R-79	1	1	5	5	5	2	19
R-80	2	3	3	3	3	3	17
R-81	3	3	3	3	3	3	18
R-82	4	4	3	4	3	3	21
R-83	3	2	3	4	3	3	18
R-84	4	4	4	3	3	4	22
R-85	5	3	5	3	3	5	24
R-86	3	2	4	4	4	3	20
R-87	4	3	5	4	4	4	24
R-88	4	4	4	5	4	5	26
R-89	3	2	3	3	3	3	17
R-90	3	3	3	3	3	4	19
R-91	3	3	3	3	4	2	18
R-92	3	4	2	2	4	3	18
R-93	3	3	2	3	4	5	20
R-94	3	3	3	3	4	4	20
R-95	3	2	2	2	3	3	15
R-96	3	4	3	3	4	4	21
R-97	3	3	3	3	3	3	18
R-98	3	3	3	2	2	3	16
R-99	3	2	3	2	4	3	17

R-100	3	2	4	3	2	4	18
-------	---	---	---	---	---	---	----

B. Jaringan Kantor (X2)

Responden	Jaringan Kantor						Total
	JK1	JK2	JK3	JK4	JK5	JK6	
R-1	4	5	4	5	5	5	28
R-2	5	5	4	5	5	5	29
R-3	2	2	2	2	2	3	13
R-4	5	4	5	4	5	5	28
R-5	3	3	5	3	3	3	20
R-6	3	3	3	3	3	3	18
R-7	2	2	2	4	4	4	18
R-8	3	3	3	3	3	4	19
R-9	3	3	3	3	3	3	18
R-10	2	2	2	2	2	2	12
R-11	3	3	3	3	3	3	18
R-12	3	3	3	3	3	3	18
R-13	2	3	2	3	3	2	15
R-14	3	4	2	4	4	3	20
R-15	5	5	5	5	5	5	30
R-16	2	4	3	2	3	3	17

R-17	5	5	3	5	5	5	28
R-18	5	5	2	3	3	3	21
R-19	3	3	2	3	3	3	17
R-20	2	3	3	2	2	3	15
R-21	3	4	3	3	3	3	19
R-22	3	3	3	3	4	4	20
R-23	2	2	2	2	3	3	14
R-24	5	4	4	5	5	4	27
R-25	5	5	5	5	5	5	30
R-26	2	5	5	2	3	2	19
R-27	2	2	2	3	3	3	15
R-28	3	3	1	3	3	3	16
R-29	4	4	3	3	4	4	22
R-30	5	1	3	3	3	3	18
R-31	3	4	3	4	3	4	21
R-32	3	3	3	3	3	3	18
R-33	4	4	4	3	4	4	23
R-34	4	4	4	2	3	3	20
R-35	5	4	2	2	4	4	21
R-36	5	5	5	3	3	3	24
R-37	2	2	2	2	3	2	13

R-38	3	4	3	2	3	3	18
R-39	2	3	3	2	4	3	17
R-40	4	4	3	4	3	3	21
R-41	2	2	3	3	3	3	16
R-42	3	4	2	3	3	4	19
R-43	2	3	2	4	4	4	19
R-44	4	3	4	4	4	4	23
R-45	5	5	5	3	4	5	27
R-46	3	3	3	4	4	4	21
R-47	3	3	2	3	3	3	17
R-48	4	5	4	4	4	4	25
R-49	2	2	2	2	3	3	14
R-50	2	3	3	2	3	3	16
R-51	4	4	4	4	4	3	23
R-52	2	3	2	2	3	2	14
R-53	3	5	3	4	5	5	25
R-54	3	2	4	5	1	3	18
R-55	5	4	5	4	3	2	23
R-56	3	3	3	3	2	2	16
R-57	4	3	4	4	3	4	22
R-58	5	5	5	5	5	5	30

R-59	4	5	5	4	5	4	27
R-60	4	4	1	4	4	4	21
R-61	3	3	4	4	3	4	21
R-62	3	5	4	3	5	5	25
R-63	5	3	3	5	3	4	23
R-64	3	2	3	3	3	3	17
R-65	4	1	4	2	4	5	20
R-66	3	2	2	4	4	4	19
R-67	4	3	3	4	4	5	23
R-68	2	3	2	4	4	4	19
R-69	3	3	2	4	4	4	20
R-70	3	3	2	4	3	4	19
R-71	2	3	2	4	4	4	19
R-72	3	3	2	3	3	3	17
R-73	3	3	3	5	5	4	23
R-74	3	4	3	4	5	5	24
R-75	3	4	3	3	4	4	21
R-76	4	5	5	4	4	5	27
R-77	3	3	1	3	3	4	17
R-78	1	1	1	2	2	2	9
R-79	3	3	3	3	4	5	21

R-80	5	5	5	5	5	5	30
R-81	2	3	3	2	3	3	16
R-82	3	3	3	3	3	2	17
R-83	4	4	4	4	4	4	24
R-84	4	4	4	4	4	4	24
R-85	4	4	4	4	3	3	22
R-86	3	3	3	4	4	4	21
R-87	3	4	3	4	4	4	22
R-88	4	5	3	5	5	4	26
R-89	3	3	3	3	3	4	19
R-90	3	4	3	4	3	3	20
R-91	3	4	2	3	3	4	19
R-92	3	3	2	4	4	3	19
R-93	3	4	2	3	3	3	18
R-94	3	4	3	4	4	4	22
R-95	2	2	2	3	3	3	15
R-96	3	3	2	4	4	4	20
R-97	3	3	3	5	4	5	23
R-98	3	3	2	4	3	4	19
R-99	4	4	1	4	5	5	23
R-100	3	3	2	4	3	4	19

[illegible]

R-38	3	3	3	3	3	3	3	3	24
R-39	2	3	3	3	4	3	3	3	24
R-40	3	3	3	3	3	2	3	3	23
R-41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
R-42	2	4	4	4	4	3	3	5	29
R-43	3	3	3	3	3	4	4	4	27
R-44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
R-45	4	5	5	5	5	5	5	5	39
R-46	3	4	4	3	4	4	4	5	31
R-47	2	3	2	2	2	3	3	3	20
R-48	5	4	5	4	4	5	4	5	36
R-49	3	3	4	3	3	3	3	4	26
R-50	3	3	3	3	3	3	3	5	26
R-51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
R-52	2	3	3	3	3	3	3	4	24
R-53	3	5	5	5	4	3	3	5	33
R-54	2	5	4	2	4	2	3	5	27
R-55	2	3	3	5	4	4	4	5	30
R-56	2	4	5	4	4	4	4	4	31
R-57	3	3	4	3	4	4	5	4	30

R-58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
R-59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
R-60	5	5	4	3	3	4	4	4	32
R-61	5	5	5	5	4	4	5	4	37
R-62	4	4	3	5	3	3	3	5	30
R-63	2	2	2	2	4	4	4	4	24
R-64	3	4	2	3	2	3	3	3	23
R-65	2	4	5	5	5	5	5	5	36
R-66	3	4	3	4	4	4	5	5	32
R-67	3	4	3	3	3	4	3	4	27
R-68	3	3	3	3	3	3	3	4	25
R-69	3	3	3	3	3	4	4	4	27
R-70	3	3	3	3	4	3	4	5	28
R-71	2	3	3	2	2	3	3	4	22
R-72	3	3	2	3	3	4	3	4	25
R-73	3	4	3	4	4	4	4	4	30
R-74	3	3	4	4	4	4	5	5	32
R-75	3	4	3	3	3	4	3	5	28
R-76	3	4	2	5	4	4	4	4	30
R-77	3	2	2	3	2	3	2	4	21

R-78	1	2	2	2	2	4	3	4	20
R-79	1	5	5	5	4	5	5	5	35
R-80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
R-81	2	3	3	3	3	3	3	4	24
R-82	2	2	2	3	3	3	3	4	22
R-83	2	3	4	3	4	3	3	3	25
R-84	2	4	4	3	3	3	3	3	25
R-85	3	3	3	5	4	4	4	4	30
R-86	4	4	4	3	3	4	2	3	27
R-87	3	3	3	4	4	4	4	4	29
R-88	3	5	3	4	3	5	4	5	32
R-89	3	4	4	4	3	4	4	4	30
R-90	4	3	3	3	4	4	3	4	28
R-91	3	4	3	4	3	3	3	3	26
R-92	2	3	2	3	2	3	2	4	21
R-93	3	4	3	3	2	4	3	5	27
R-94	3	3	3	3	3	5	3	5	28
R-95	2	3	2	2	2	3	2	4	20
R-96	3	4	3	4	4	4	4	5	31
R-97	3	4	3	3	4	4	3	5	29

R-98	3	3	2	2	2	4	3	5	24
R-99	4	3	2	3	1	4	3	5	25
R-100	5	3	2	4	4	5	4	3	30

Lampiran 5 Uji Validitas

Uji Validitas Promosi

		Correlations						
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	X1
p1	Pearson Correlation	1	.935**	.888**	.935**	.907**	.907**	.957**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p2	Pearson Correlation	.935**	1	.935**	1.000**	.919**	.919**	.983**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p3	Pearson Correlation	.888**	.935**	1	.935**	.907**	.907**	.957**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p4	Pearson Correlation	.935**	1.000**	.935**	1	.919**	.919**	.983**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p5	Pearson Correlation	.907**	.919**	.907**	.919**	1	1.000**	.969**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p6	Pearson Correlation	.907**	.919**	.907**	.919**	1.000**	1	.969**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
X1	Pearson Correlation	.957**	.983**	.957**	.983**	.969**	.969**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Jaringan Kantor

Correlations

		p7	p8	p9	p10	p11	p12	X2
p7	Pearson Correlation	1	.914**	.793**	.747*	.830**	.795**	.938**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.013	.003	.006	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p8	Pearson Correlation	.914**	1	.709*	.838**	.830**	.795**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000		.022	.002	.003	.006	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p9	Pearson Correlation	.793**	.709*	1	.517	.610	.534	.772**
	Sig. (2-tailed)	.006	.022		.126	.061	.112	.009
	N	10	10	10	10	10	10	10
p10	Pearson Correlation	.747*	.838**	.517	1	.965**	.898**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.126		.000	.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p11	Pearson Correlation	.830**	.830**	.610	.965**	1	.934**	.952**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.061	.000		.000	.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
p12	Pearson Correlation	.795**	.795**	.534	.898**	.934**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.006	.006	.112	.000	.000		.000
	N	10	10	10	10	10	10	10
X2	Pearson Correlation	.938**	.938**	.772**	.913**	.952**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.000	.000	.000	
	N	10	10	10	10	10	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Keputusan Menabung

		Correlations							
		k1	k2	k3	k4	k5	k6	k7	Keputusan Menabung
k1	Pearson Correlation	1	.494**	.452**	.533**	.430**	.466**	.493**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k2	Pearson Correlation	.494**	1	.675**	.574**	.489**	.508**	.512**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k3	Pearson Correlation	.452**	.675**	1	.588**	.611**	.397**	.554**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k4	Pearson Correlation	.533**	.574**	.588**	1	.691**	.535**	.653**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k5	Pearson Correlation	.430**	.489**	.611**	.691**	1	.470**	.660**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k6	Pearson Correlation	.466**	.508**	.397**	.535**	.470**	1	.675**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k7	Pearson Correlation	.493**	.512**	.554**	.653**	.660**	.675**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
k8	Pearson Correlation	.222*	.477**	.364**	.427**	.370**	.613**	.484**	1
	Sig. (2-tailed)	.027	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Menabung	Pearson Correlation	.685**	.775**	.769**	.826**	.781**	.762**	.826**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	6

Uji Reabilitas Jaringan Kantor

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	6

Uji Reabilitas Keputusan Menabung

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	8

Lampiran 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.50452833
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.631
Asymp. Sig. (2-tailed)		.821

a. Test distribution is Normal.

Lampiran 8 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.006	2.805		1.072	.319		
X1	.752	.173	.636	4.351	.003	.462	2.164
X2	.463	.171	.396	2.709	.030	.462	2.164

a. Dependent

Variable: Y

Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.542	1.206		2.107	.038
Promosi	-.043	.061	-.083	-.705	.482
Jaringan Kantor	.057	.057	.119	1.009	.316

a. Dependent
Variable: RES2

Lampiran 10 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.735	2.056		2.303	.023
Promosi	.505	.104	.369	4.845	.000
Jaringan Kantor	.646	.097	.509	6.693	.000

a. Dependent Variable:
Keputusan Menabung

Lampiran 11 Uji F

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.735	2.056		2.303	.023
Promosi	.505	.104	.369	4.845	.000
Jaringan Kantor	.646	.097	.509	6.693	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menabung

Lampiran 12 Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.735	2.056		2.303	.023
Promosi	.505	.104	.369	4.845	.000
Jaringan Kantor	.646	.097	.509	6.693	.000

a. Dependent Variable:
Keputusan Menabung

Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.581	3.540

a. Predictors: (Constant), Jaringan Kantor, Promosi

Lampiran 14 Dokumentasi



PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya

1. Nama : E. ARIFAH ROHMAH, S. Ag
2. Umur : 13 Tahun
3. Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☒ Perempuan

4. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa

☐ Karyawan Swasta

☐ PNS/Guru

☐ TNI/Polri

☐ Lainnya : GURU

5. Pendidikan Terakhir

☐ SD

☐ SMA

☒ S1

☐ SMP

☐ D3

☐ S2

Berilah tanda centang (✓) dibawah ini pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban :

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral/Ragu-ragu

Variabel Pengetahuan

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Anda pernah mendengar sebelumnya tentang perbankan syariah				✓	
2.	Anda mengerti tentang perbedaan bank syariah dengan bank konvensional				✓	
3.	Anda mengetahui bahwa Bank syariah tidak mengenal bunga tetapi bagi hasil				✓	
4.	Anda mengetahui produk jasa bank syariah diawasi oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)				✓	

5.	Anda mengerti bank syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah			✓		
----	--	--	--	---	--	--

Variabel Promosi

6.	Anda berminat menabung karena promosi yang dilakukan bank syariah di media elektronik				✓	
7.	Anda berminat menabung setelah melihat brosur tentang bank syariah					✓
8.	Anda berminat menabung karena promosi yang dilakukan oleh pegawai bank secara langsung				✓	
9.	Anda berminat menabung karena kerjasama dengan instansi pemerintah					✓
10.	Anda berminat menabung karena selalu mengadakan kegiatan yang bersifat sosial				✓	

Variabel Jaringan Kantor

11.	Lokasi kantor bank syariah mudah dijangkau di daerah tempat anda tinggal			✓		
12.	Di daerah tempat anda tinggal terdapat fasilitas ATM ataupun fasilitas perbankan syariah lainnya		✓			
13.	Di daerah tempat anda tinggal terdapat agen-agen layanan keuangan tanpa kantor dari perbankan syariah		✓			
14.	Bank syariah di tempat anda tinggal memiliki lahan parkir yang luas			✓		
15.	Bank syariah di tempat anda tinggal memiliki ruang tunggu yang nyaman			✓		

Variabel Keputusan Menabung

16.	Saya akan menggunakan jasa perbankan syariah jika lokasi kantor mudah untuk dijangkau					✓
17.	Saya akan menggunakan jasa perbankan syariah jika promosi yang dilakukan				✓	
18.	Saya berusaha mencari tahu tentang bank syariah				✓	
19.	Saya menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya				✓	
20.	Saya akan mengajak saudara dan teman menggunakan jasa perbankan syariah					✓

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya

1. Nama : Rully
2. Umur : 24 Tahun
3. Jenis Kelamin

☒ Laki-laki ☐ Perempuan

4. Pekerjaan

☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Karyawan Swasta
☐ PNS/Guru ☐ TNI/Polri
☒ Lainnya : Wiraha

5. Pendidikan Terakhir

☐ SD ☒ SMA ☐ S1
☐ SMP ☐ D3 ☐ S2

Berilah tanda centang (✓) dibawah ini pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban :

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
 S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
 N : Netral/Ragu-ragu

Variabel Pengetahuan

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Anda pernah mendengar sebelumnya tentang perbankan syariah				✓	
2.	Anda mengerti tentang perbedaan bank syariah dengan bank konvensional				✓	
3.	Anda mengetahui bahwa Bank syariah tidak mengenal bunga tetapi bagi hasil			✓		
4.	Anda mengetahui produk jasa bank syariah diawasi oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)					✓

5.	Anda mengerti bank syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah				✓	
----	--	--	--	--	---	--

Variabel Promosi

6.	Anda berminat menabung karena promosi yang dilakukan bank syariah di media elektronik			✓		
7.	Anda berminat menabung setelah melihat brosur tentang bank syariah			✓		
8.	Anda berminat menabung karena promosi yang dilakukan oleh pegawai bank secara langsung			✓		
9.	Anda berminat menabung karena kerjasama dengan instansi pemerintah			✓		
10.	Anda berminat menabung karena selalu mengadakan kegiatan yang bersifat sosial			✓		

Variabel Jaringan Kantor

11.	Lokasi kantor bank syariah mudah dijangkau di daerah tempat anda tinggal		✓			
12.	Di daerah tempat anda tinggal terdapat fasilitas ATM ataupun fasilitas perbankan syariah lainnya		✓			
13.	Di daerah tempat anda tinggal terdapat agen-agen layanan keuangan tanpa kantor dari perbankan syariah		✓			
14.	Bank syariah di tempat anda tinggal memiliki lahan parkir yang luas				✓	
15.	Bank syariah di tempat anda tinggal memiliki ruang tunggu yang nyaman					✓

Variabel Keputusan Menabung

16.	Saya akan menggunakan jasa perbankan syariah jika lokasi kantor mudah untuk dijangkau				✓	
17.	Saya akan menggunakan jasa perbankan syariah jika promosi yang dilakukan				✓	
18.	Saya berusaha mencari tahu tentang bank syariah				✓	
19.	Saya menjadi nasabah bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya				✓	
20.	Saya akan mengajak saudara dan teman menggunakan jasa perbankan syariah				✓	

Daftar Riwayat Hidup

I. Identitas

Nama : Muhammad Kahfi
Tempat/Tanggal lahir : Bekasi, 7 Mei 1997
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Kp. Rw. Sapi no. 128 blok B
RT 003/010 Kelurahan Jatimulya
Kecamatan Tambun Selatan
Kabupaten Bekasi
No. telp : 087781191061
Email : kahfibuddy@gmail.com

II. Riwayat Pendidikan

Formal

- 2003 – 2009 SDN Jatimulya 04 Bekasi
- 2009 – 2012 Mts Daar El-Qolam Tangerang Banten
- 2012 – 2015 MA Daar El-Qolam Tangerang Banten

Non Formal

- TPQ Al – Kumala Bekasi
- TPQ Nurul Qolby Bekasi

III. Pengalaman Organisasi

- 2017/2018 : Dewan Bidang Jurnalistik Racana
Walisongo

- 2017/2018 : Unit Jurnalistik Dewan Kerja Cabang
Kota Semarang